

Offentlig exponering på Internet

Attitydskillnader mellan äldre och yngre på Facebook

ARVID GÄRDEBORN
och ROBIN HELLY



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Offentlig exponering på Internet

Attitydskillnader mellan äldre och yngre på Facebook

A R V I D G Ä R D E B O R N
o c h R O B I N H E L L Y

Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik
Kungliga Tekniska Högskolan år 2011
Handledare på CSC var Maria Svedin
Examinator var Leif Dahlberg

URL: www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2011/gardeborn_arvid_OCH_helly_robin_K11020.pdf

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Sammanfattning

Under de senaste decennierna har det skett en explosionsartad teknikutveckling inom kommunikation och interaktion via Internet och sociala medier. Idag kan vi kommunicera med varandra via text, ljud och bilder på ett sätt som inte var tänkbart för 20 år sedan.

Syftet med denna rapport har varit att undersöka om det finns någon attitydskillnad mellan 80- och 60-talister till att bli offentligt exponerad på Facebook utan deras samtycke och/eller vetskap.

Vi har valt att använda oss av både kvalitativa och kvantitativa metoder för att få fram ett underlag som kan svara på vår frågeställning. Vi skickade först ut en enkät till 80- och 60-talister som använder sig av Facebook. Sedan använde vi oss av två stycken fokusgrupper, en med 80-talister och en med 60-talister, för att få in mer kvalitativ data som ett komplement till enkätens kvantitativa data.

Resultatet visar att 60-talisterna var ganska enade om vad som var okej att lägga ut på Facebook och vad som inte är okej. 80-talisterna var inte lika enade, utan snarare splittrade. Vissa 80-talister var helt okej med en bild medan andra 80-talister skulle känna sig väldigt förnärmade över att bli exponerade på samma bild. Skillnaden 80- och 60-talisterna emellan var inte särskilt stor. Det som skilde var att 60-talister är lite försiktigare med vilka bilder de publicerar medan 80-talister, som även har det lättare med ny teknik och på så sätt även snabbare, publicerar oförsiktiga bilder och liknande information.

Abstract

There has been an explosive development for technology in the last decades, like communication and interaction through Internet and social medias. Today we can communicate with each other through text, sound and pictures in a way we couldn't have imagined for only 20 years ago.

The purpose with this report has been to examine if there is a difference in attitudes, between people born in the 80's and people born in the 60's, for being publicly exposed on Facebook without their approval or knowledge.

We chose to use qualitative as well as quantitative methods to achieve the results that can answer our problem formulation. We first posted a questionnaire to people born in the 80's and 60's who are users of Facebook. Thereafter we used two focus groups, one with people born in the 80's and one with people born in the 60's, to achieve more qualitative data like a complement for the quantitative data we achieved from the questionnaire.

The result showed that people born in the 60's had the same opinion about what was ok to publish on Facebook and what was not. People born in the 80's however had different opinions about it: some thought that a picture was ok to publish and others didn't think that at all. The difference between the groups wasn't that big, but people born in the 60's were careful with which pictures they published while people born in the 80's often published dumb pictures and similar, maybe because they are more at ease with new technology which makes it easier to publish such information faster.

Förord

Genom detta arbete avslutar vi vårt tredje år på Civilingenjörsutbildningen inom Medieteknik på Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm.

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Maria Svedin som har stöttat oss och hjälpt oss i vårt arbete med att slutföra denna rapport. Hon har hjälpt oss med både det praktiska och gett oss värdefulla tips i hur vi ska genomföra och slutföra vårt examensarbete.

Vi vill också tacka alla som har svarat på våran enkät och de som ställde upp och tog sig tid att medverka i våra fokusgrupper.

Arvid Gärdeborn & Robin Helly
Stockholm 2011

Innehåll

1. Introduktion	4
1.1. Inledning.....	4
1.2. Syfte.....	4
1.3. Problemformulering	5
1.4. Avgränsningar	5
1.4.1. Facebook	5
1.4.2. 80-talister och 60-talister.....	6
2. Bakgrund och Teori	7
2.1. Personuppgiftslagen (PUL).....	7
2.1.1. Strukturerade personuppgifter	7
2.1.2. Ostrukturerade personuppgifter	8
2.2. Sociala medier	8
2.2.1. Människor och sociala medier	8
2.2.2. Facebook	10
2.3. Definition av begrepp.....	11
2.3.1. Offentlig exponering	11
2.3.2. Integritet och personlig integritet.....	11
2.3.3. Sociala medier	11
3. Metod	12
3.1. Tillvägagångssätt.....	12
3.2. Förstudie	13
3.3. Litteraturstudie	13
3.4. Enkätundersökning.....	13
3.5. Fokusgrupper	14
3.6. Urval	15
3.6.1. Enkät.....	15
3.6.2. Fokusgrupper.....	15
3.7. Reliabilitet	15

4. Resultat	17
4.1. Enkätundersökning	17
4.1.1. Egen publicering av bilder	17
4.1.2. Samtycke med bildpublicering	17
4.1.3. Syftet med bildpublicering på Facebook	18
4.1.4. Har användarna känt sig kränkta på Facebook	20
4.1.5. Informationspublicering utan vetskap	21
4.1.6. Bildpublicering utan godkännande	22
4.1.7. Attityd gentemot olika typer av bilder	22
4.1.8. Önskan om taggning	23
4.1.9. Ansvarig visavi kränkning på Facebook.....	23
4.2. Fokusgrupp 60-talister	24
4.2.1. Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?	24
4.2.2. Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?	25
4.2.3. Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?	26
4.2.4. Badbild	26
4.2.5. Festbild	26
4.2.6. Vardagsbild	27
4.2.7. Adressbild.....	27
4.3. Fokusgrupp 80-talister	27
4.3.1. Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?	27
4.3.2. Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?	28
4.3.3. Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?	28
4.3.4. Badbild	28
4.3.5. Festbild	29
4.3.6. Vardagsbild	29
4.3.7. Adressbild.....	29
5. Analys	31
6. Slutsatser	34
6.1. Vad är 60-talisternas attityd till att bli offentliga på Facebook utan deras vetskap och/eller medgivande, jämfört med 80-talisternas?	34
6.2. Rekommendationer för fortsatt arbete	35
7. Referenser	36

8. Bilagor.....	38
8.1. Enkät.....	38
8.2. Fokusgruppsfrågor	45
8.3. Fokusgruppsbilder.....	47

1. Introduktion

Det här kapitlet kommer att ge en inledning i det valda ämnet och förklarar därefter syftet med att detta ämne och denna problemformulering undersöks. Till slut kommer det även att tas upp vilka avgränsningar som gjorts då detta ämne undersöktes.

1.1. Inledning

Under den senaste delen av 1900-talet har det skett en explosionsartad teknikutveckling, som på kort tid har påverkat och förändrat samhället markant. På grund av denna teknikutveckling har även möjligheterna till kommunikationen mellan människor ökat och speciellt med hjälp av Internet. Det sätt och de verktyg som vi idag använder oss av för att kommunicera med varandra är något som var helt främmande för mänskligheten bara för 20 år sedan. Detta är något som diskuteras mer senare.

I februari 2004 lanserades Facebook (Facebook, 2011a), den tjänst som idag är en av de vanligaste tjänsterna som används för att skaffa internetvänner och kommunicera med dessa. Facebook är en av många existerande så kallade sociala medier.

I samband med att det kommer fler och fler sociala medier, som människor kan använda sig av, uppstår även konsekvensen att kunna bli offentligt exponerad mot sin vilja eller utan ens vetskap. Det är lätt och smidigt att lägga ut både texter, bilder och filmer på andra personer utan vare sig deras samtycke eller vetande. Även detta kommer att diskuteras mer ingående senare i rapporten. Enligt Facebook själva är deras vision att ge människor makten att dela information samt förena världen och göra den mer öppen.

“Facebook’s mission is to give people the power to share and make the world more open and connected.” (Facebook, 2011a)

Frågan är om det har skett en integritetsavtrubning och attitydförändring till att bli offentlig på Internet den senaste tiden, bland annat på grund av sådana visioner som Facebook har och liknande?

1.2. Syfte

Syftet med denna rapport var att undersöka och kartlägga om det finns någon attitydskillnad mellan en generation som har växt upp med Internet och en som inte har gjort det.

Vi ville med denna undersökning se om det resultat som vi har fått fram pekar på om äldre som inte har växt upp med datorer är mer restriktiva gällande att bli exponerade och offentliga på Internet och i sociala medier jämfört med generationen som har haft datorer som ett naturligt verktyg under sin uppväxt, vilket var vår hypotes.

1.3. Problemformulering

Med detta examensarbete skulle nedanstående fråga bli besvarad:

- Vad är 60-talisternas attityd till att bli offentliga på Facebook utan deras vetskap och/eller medgivande, jämfört med 80-talisternas?

1.4. Avgränsningar

I denna rapport finns det två stycken större avgränsningar som diskuteras nedan.

1.4.1. Facebook

Den första avgränsningen var att det endast var Facebook som användes som socialt medium, trots att det finns andra sociala medier som exempelvis Twitter och YouTube. Anledningen till detta var att det finns många människor på Facebook (se kapitel 2.2.2. Facebook) och att den sociala aktiviteten är hög (se bild 1) samt att det finns möjlighet till att bli offentligt exponerad i både text, bild och video samt att andra kan sprida information vidare.

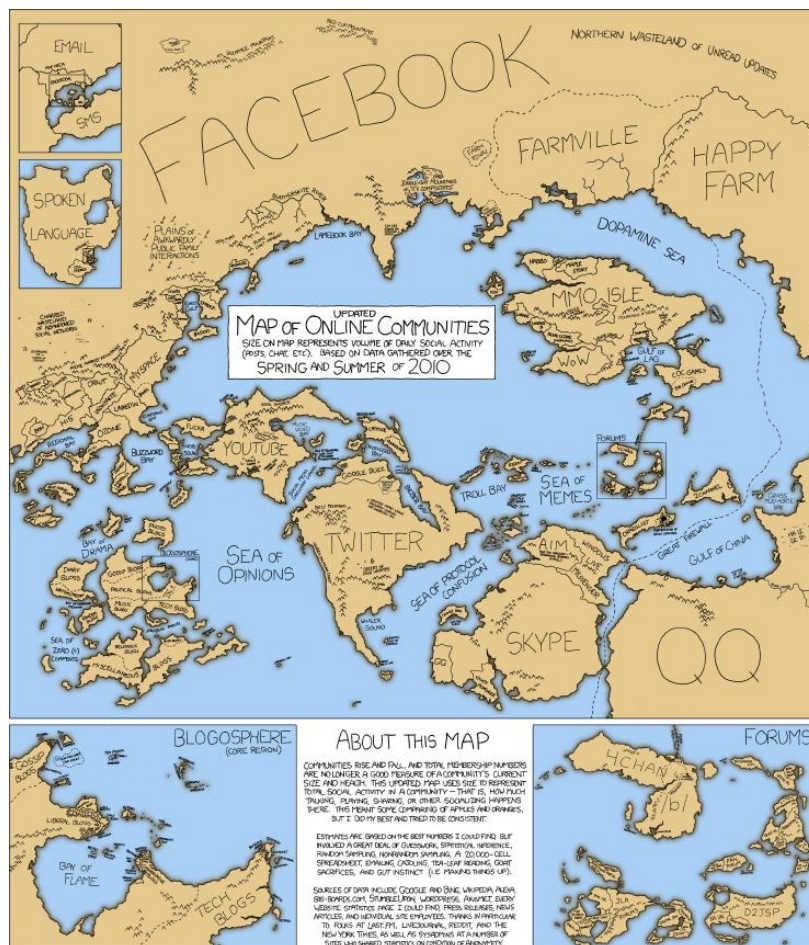


Bild 1 Map of online communities 2010. Denna karta är en illustration över hur stora Facebook, bloggar och andra sajter på Internet är. Storleken på sajterna representerar hur hög den sociala aktiviteten är på denna, till exempel chatt, spel eller andra publiceringar. Creative Commons Attribution-NonCommercial 2.5 License (XKCD, 2011).

1.4.2. 80-talister och 60-talister

Den andra avgränsningen var att examensarbetet endast fokuserade på två åldersgrupper, 60-talister och 80-talister. Anledningen till varför vi valde 60-talister är att dessa mest troligt har kommit i kontakt med IT under sitt arbetsliv och därmed har någon slags datorvana. Därefter valdes de sena 80-talisterna som jämförelsegrupp då dessa är nästa generation efter 60-talisterna samt att de är uppväxta och vana i att arbeta med datorer. Med nästa generation menas att det är ungefär 20 år mellan de olika grupperna och att den äldre gruppen på så sätt kan vara föräldrar till den yngre gruppen.

2. Bakgrund och Teori

I detta kapitel kommer det att ges en bakgrund och teori på ämnet samt att svårförstådda begrepp kommer att definieras för att underlätta samt undvika missförstånd så att resten av undersökningen tolkas på det tänkta sättet.

2.1. Personuppgiftslagen (PUL)

Då personuppgifter publiceras av människor och företag som är etablerade i Sverige gäller personuppgiftslagen, vilken även gäller på sociala nätverkssajter (Datainspektionen, 2011a) som Facebook och dylikt.

1§ Syftet med denna lag är att skydda människor mot att deras personliga integritet kränks genom behandling av personuppgifter. (Sveriges Rikes Lag 2008 (blå lagboken) 2008:B1247)

Enligt Sveriges Rikes Lag så är personuppgifter:

§3 All slags information som direkt eller indirekt kan hänföras till en fysisk person som är i livet. (Sveriges Rikes Lag 2008 (blå lagboken) 2008:B1248)

Personuppgiftslagen betar sig olika beroende på om personuppgifterna är strukturerade eller ostrukturerade. Personuppgifter som en facebookanvändare publicerar på andra personer på Facebook är exempel på ostrukturerade personuppgifter. Vad detta innebär beskrivs nedan.

5a§ Bestämmelserna i 9, 10, 13-19, 21-26, 28, 33, 34 och 42 §§ behöver inte tillämpas på behandling av personuppgifter som inte ingår i eller är avsedda att ingå i en samling av personuppgifter som har strukturerats för att påtagligt underlätta sökning efter eller sammanställning av personuppgifter.

Sådan behandling som avses i första stycket får inte utföras, om den innebär en kränkning av den registrerades personliga integritet. Lag (2006:398). (Sveriges Rikes Lag 2008 (blå lagboken) 2008:B1248)

2.1.1. Strukturerade personuppgifter

Strukturerade personuppgifter är personuppgifter som lagras i en databas eller i ett register, vilket leder till att dessa uppgifter blir lätta att söka efter eller att sammanställa. Vid strukturerade personuppgifter tillämpas oftast hela personuppgiftslagen med vissa undantag, som till exempel då den person som får sina personuppgifter publicerade har lämnat samtycke.

Det finns personuppgifter som är strukturerade på Facebook, där det endast är namnet och profilden som definitivt kommer att publiceras på nätet och även kan sökas efter. Dock har en facebookanvändare gett sitt samtycke till att dessa personuppgifter publiceras samtidigt som användaren blev medlem i Facebook.

2.1.2. Ostrukturerade personuppgifter

Ett exempel på ostrukturerade personuppgifter är löpande text, bilder samt liknande information som publiceras på en webbsida (Datainspektionen, 2011b). Det vill säga den information vi som facebookanvändare kan dela och lägga ut på Facebook med eller av oss själva eller andra personer. I det fall då ostrukturerade personuppgifter publiceras fungerar inte personuppgiftslagen på samma sätt som i det fall där strukturerade personuppgifter publiceras, då det inte ens krävs samtycke. Den enda begränsning som finns för ostrukturerade personuppgifter är att dessa inte får vara kränkande, därför är det alltid att rekommendera att inhämta samtycke fastän det inte är nödvändigt (se kapitel 2.1. Personuppgiftslagen (PUL)).

Vad som är kränkande är svårt att besvara, det är en kombination av på vilket sätt information publiceras, i vilket sammanhang uppgifterna förekommer, hur känsliga de är, vilken spridning de fått och liknande. Samtidigt får det ej glömmas att något som är kränkning för en viss person inte behöver vara det för en annan och vice versa (Datainspektionen, 2011c).

2.2. Sociala medier

Nedan beskrivs vilka rättigheter och skyldigheter du har på Facebook samt hur människan fungerar med medier.

2.2.1. Människor och sociala medier

”Eftersom det är så många som använder radio, tidningar och TV – inte minst som en rituell del i början på en ny dag – finns det skäl att tro att de flesta av oss känner en längtan efter att dagligen bli anslutna till denna omfattande sociala verklighet som ligger utanför den omedelbara omgivningen. Varför? Jo, vi är (har blivit) sociala varelser.” (Gripsrud, 2002, s. 16)

I och med att medier blivit en vardag i våra samhällen har även gränserna på vad ett samhälle är blivit alltmer suddigt. Medierna ger oss en ny typ av gemenskap som vi känner behov av att vara delaktiga i. Det Gripsrud (2002) skrivit i sin bok ”Mediekultur mediesamhälle” är inte anpassat efter sociala medier som till exempel Facebook, då boken är skriven år 2002, däremot kan likheter ses med Facebooks vision, som presenteras i inledningen (kapitel 1.1). Enligt Kaplan och Haenlein (2010) är sociala medier en grupp av internetbaserade applikationer som bygger på ideologin och den tekniska grunden av Web 2.0¹, och tillåter skapandet och utbytet av användargenererat innehåll².

Facebook är en del av Internet och innehåller därmed Internets alla möjligheter. Radio och television kan exempelvis sända ett program till ett miljontal människor men kan inte göra det motsatta, sända ett miljontal program till var och en av dessa. Det är exakt vad Internet gör (Anderson, 2006, s. 5). Som individ går detta att använda för att uppnå en personlig makt i

¹ Internet som den känns till idag, där sidor är dynamiska och uppmanar till interaktivitet

² Exempelvis texter, bilder och videor.

cyberrymden och sociala medier är ett verktyg för att skapa och underhålla denna makt. Brogan (2010, s. 13) anser att detta är för att:

- Sociala medier ger individen en röst. Personen kan skriva och berätta om nästintill vad den vill.
- Sociala medier ger individen en publik. Sociala medier ger personen möjlighet att bygga sin egen publik.
- Sociala medier ger individen flexibilitet. Personen kan använda olika sociala medier beroende på vad dennes intresse är.
- Sociala medier ger individen en världsomspännande publik. Allt som publiceras på Internet kan alla internetanvändare komma åt.

Den sista punkten ovan kan både räknas som fördel och nackdel. En fördel är till exempel att innan uppkomsten av sociala medier spred vi våra budskap via mun till mun men numera publicerar en person ett budskap på Facebook till sina vänner och dessa vänner sprider i sin tur det vidare till sina vänner. Mun till mun innebär att en person säger en sak till en annan person, som i sin tur säger det till någon annan och så vidare. Denna spridning når ofta inte så långt och det finns även en risk att det ursprungliga budskapet förvrängs under tiden. Spridning via sociala medier leder till att ursprungsbudskapet inom kort tid har nått till många utan att ursprungsbudskapet förvrängts samt att det alltid finns möjlighet att återgå till källan, personen som påbörjade spridningen (Qualman, 2011, s. 2). Däremot kan individers privatliv skadas då andra får tag i känslig information och publicerar den. Grimmelmann (2009) har beskrivit på vilka sätt individers privatliv kan ta skada på sociala medier och har delat upp dessa i sex olika punkter som presenteras nedan.

- Avslöjande, något som skulle hållits hemligt blir offentligt.
- Övervakning, myndigheter eller andra individer övervakar andra personer.
- Instabilitet, sociala medier kan ändra funktioner och sådant som var i säkert förvar i ena stunden är möjligtvis inte det i nästa stund.
- Oenighet, då flera individer är oeniga om vad som bör publiceras och vad inte.
- Bieffekter, genom att person A blir vän med person B kan denna sprida information vidare till person C.
- Kränkning, att skada en individs sociala identitet eller personliga integritet.

Vad som är privat är väldigt svårt att definiera då alla har olika toleransnivå för vad som är för personligt att dela med sig av (Qualman, 2011). Det en individ aldrig skulle säga då fel personer är i närheten är en del i vad som kan kallas för privat (Grimmelmann, 2009). Motsatsen till vad som är privat är offentligt. Facebook skickar signaler till användarna som antyder en intim, konfidentiell och säker plats. Detta är samma signaler som gör det lätt för användare att se Facebook som en naturlig plats för socialisering, vilket exempelvis leder till att användare missuppfattar riskerna som finns med sociala medier. Några anledningar till varför individer offentligt exponerar sig på Facebook är att de oftast gör det alla andra gör och det finns många där, det känns bättre ifall en individ inte är den enda offentligt exponerade. Individer tror även felaktigt att det endast är personer, som de själva, som befinner sig på Facebook samt att Facebook ger individerna en känsla av att de känner många människor (Grimmelmann, 2009).

Förutom Facebook finns även bloggar vilka ofta används som offentliga dagböcker. Detta visar på människans tvådelade längtan över att både vara unik och samtidigt känna sig ansluten och accepterad av en större social omgivning. Personer känner att det är viktigt att

både vara privata samtidigt som de behöver känna sig accepterade, vilket gjorde personer mottagliga för sociala medier då dessa kom (Qualman, 2011).

2.2.2. Facebook

Facebook är som tidigare nämnt ett socialt medium men innehar även tekniken för att skapa sociala nätverk. Enligt Boyd och Ellison (2007) är ett socialt nätverk en plats där människor kan skapa en profil och skapa sig ett kontaktnät i form av internetvänner som de kan dela information (t.ex. bilder, texter och filmer) med. De nämner även den möjlighet som finns att se och gå igenom kontaktnät som har skapats av andra användare inom systemet. Samtidigt som dessa möjligheter finns så har användare av Facebook såväl rättigheter som skyldigheter för att bevara allas personliga integritet.

Samtidigt har användare av Facebook såväl rättigheter som skyldigheter för att bevara allas personliga integritet som beskrivs nedan.

Många människor använder sig av tjänsten Facebook, enligt sidan CheckFacebook.com så är 4 112 180 personer av hela svenska befolkningen, eller 3 867 880 personer mellan 14-65 år, medlemmar (CheckFacebook.com, 2011). Med en total folkmängd på 9 422 661 personer³ (Statistiska centralbyrån, 2008a) blir det en stor andel av befolkningen, 44 respektive 41 %. I januari 2011 uppskattades antalet internetanvändare mellan 16-74 år, som använt Internet från någon enstaka gång till dagligen under de tre senaste månaderna under år 2010, till 6 420 300 personer (Statistiska centralbyrån, 2008b). Det skulle innebära att det är mer än hälften av internetanvändarna som även använder Facebook, dock med en liten felmarginal då åldrarna 14-65 år samt 16-74 år inte helt stämmer överens.

Om sidan CheckFacebook.com kan nämnas att den inte tillhör eller arbetar åt Facebook. Däremot spårar CheckFacebook.com dagligen data rapporterad från Facebooks annonserings verktyg för att hjälpa marknadsförare och forskare att förstå hur Facebook sprider sig över världen (CheckFacebook.com, 2011).

Då användaren skapar ett konto på Facebook så godkänner den även Facebooks användarvillkor, samtidigt som den kan börja samla vänner, publicera information och se vad vännerna publicerar. Överlag försöker Facebook skydda alla användares personliga integritet och strävar efter att ingen ska kränkas, vilket står bland annat i första punkten bland deras användarvillkor (Facebook, 2011b). Facebook ger även användaren möjlighet att kontrollera vem som får se dennes profil, bilder samt annan information. Användaren kan även bestämma vem som får skriva i dennes logg eller kommentera på användarens bilder och statusuppdateringar. Dock har Facebook ingen kontroll över hur användarens information sprids över Internet.

För att undvika någon form av kränkning eller att någon använder facebookanvändarens information gäller det att läsa igenom användarvillkoren och andra liknande dokument, något som är väl känt att få gör eller, om de läser det, förstår (Grimmelmann, 2009).

³ 28 februari 2011

2.3. Definition av begrepp

För att undvika missförstånd och feltolkningar kommer det nedan att definieras begrepp som kan vara svåra att förstå.

2.3.1. Offentlig exponering

Med offentlig exponering inom vårt sammanhang menas att det publiceras texter, bilder och filmer på en person. Detta kan ske på Facebook eller Internet i allmänhet och innehållet ska vara personligt, det vill säga något som direkt kan refereras till en specifik person.

2.3.2. Integritet och personlig integritet

Ordet integritet är i dagsläge ett vanligt använt ord och det kan trots detta vara svårt att i detalj veta vad ordet egentligen betyder. Samtidigt är det även väldigt svårt att hitta en klar och relevant definition på ordet integritet. I denna rapport är dock definitionen:

"Rätten att få sin personliga egenart och inre sfär respekterad och inte utsättas för kränkande behandling" (Datainspektionen, 2011d)

som är hämtad från Datainspektionens hemsida. Med ordet egenart menas din individualitet, det vill säga det som särskiljer dig från andra och det som identifierar vem du är. Den inre sfären är däremot något som ingen kan se eller ta på, då det är en kombination av din personlighet och ditt "jag", som du bär med dig genom hela livet.

2.3.3. Sociala medier

I dagsläget finns det många definitioner på vad sociala medier är och det finns ingen som anses som den rätta. I vårt arbete har vi valt att använda en egen definition på sociala medier, efter det som presenterades i kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier, och den lyder:

"Ett kommunikationsmedel som ger en individ möjlighet att, i en interaktiv kontext, dela med sig av sitt privatliv genom användargenererat innehåll till en världsomfattande publik och på så sätt får känslan av att vara ansluten till och accepterad av en större social omgivning."

3. Metod

I det här kapitlet presenteras tillvägagångssättet samt vilka metoder som använts genom undersökningen. Samtidigt beskrivs varför dessa metoder valts samt vilka olika för- och nackdelar som finns med dessa.

3.1. Tillvägagångssätt

Undersökningen började med att det gjordes en förstudie, där syftet var att vi skulle få en djupare förståelse och grund inom det valda ämne samt för att se om denna undersökning skulle gå att genomföra. Detta gjordes genom att ha samtal och diskussioner med andra studenter och lärare som kunde ge värdefull information, som hur pass intressant och aktuellt ämnet är. Därefter gjordes en litteraturstudie för att få bättre kunskaper om ämnet.

Då vi blivit insatta i området bestämdes vilka metoder som skulle användas för att få den information som skulle behövas för att besvara vår frågeställning. Vi började med att, från våra egna facebookprofiler, sprida en enkät till användare som var 60- eller 80-talister. Syftet med enkäten var att få in allmän data och information om hur attityder skilde sig åt mellan användarna över att bli publikt exponerade på Facebook.

Anledningen till varför metoden enkät valdes var att vår problemformulering var att undersöka attityden hos två åldersgrupper vilket trots begränsningar är en stor grupp att göra en undersökning på. För att vi skulle få en ungefärlig blick över hur dessa åldersgrupper ställer sig till frågeställningen behövdes kvantitativ data, vilket då var enkäten. Svaren på enkäten skulle senare användas för att kunna ställa relevanta och bra frågor på efterföljande fokusgrupper, se nedan. Fördelar med metoden enkät är bland annat att det går att få mycket data på kort tid och dessa data kan ge en överblick över en population, vilket vi eftersträvade. En nackdel däremot är till exempel att det inte går att få någon djup data med en enkät vilket är anledningen till att även fokusgrupper hölls (Lazar et al. 2010, s. 100-102).

Som ett komplement till enkäten använde vi oss också av två stycken fokusgrupper där den ena fokusgruppen innehöll personer födda på 60-talet och den andra fokusgruppen innehöll personer födda på 80-talet. Syftet var att få in ännu mer och djupare information om vilka olika åsikter det finns inom exponeringsfrågan på Facebook. Vi ville också kunna jämföra den information som vi fick in från enkäten med den som vi fick från fokusgrupperna för att kunna göra flertalet av enkätens kvantitativa svar kvalitativa.

Till skillnad från enkäter, som samlar kvantitativ data, är fokusgrupper till för att samla kvalitativ data. Fokusgrupper påminner därför väldigt mycket om intervjuer med flera personer samtidigt, men några fördelar med att använda denna metod istället för till exempel intervjuer listas nedan:

- Effektiv metod att samla mycket kvalitativ data från flera personer på en och samma gång.
- Gruppdynamiken hjälper deltagarna att fokusera i de viktigaste ämnena och samtidigt är det relativt enkelt att komma åt deltagarnas delade uppfattning.
- Deltagarna har möjligheten att kommentera med sina egna ord samtidigt som de blir inspirerade av resterande gruppens tankar och kommentarer.

- Tabubelagda ämnen blir lättare att diskutera så fort en person bryter isen (Robson, 1999, s. 909-10).

Dock finns även nackdelar som till exempel att deltagarna i en fokusgrupp kan bli obekväma med varandra eller att till och med konflikter kan uppstå. Samtidigt är det bara ett begränsat antal frågor som kan diskuteras under ett tillfälle (Robson, 1999, s. 909-10) .

Vi valde att använda oss av olika metoder för att stärka det resultat vi tagit fram i vår undersökning. Vi har använt oss av både kvantitativa och kvalitativa metoder, för att slutsatserna vi gjort skall vara så tillförlitliga som möjligt. Detta sätt att blanda olika typer av metoder kallas även för triangulering. Triangulering är fördelaktigt då detta kan ge olika inslag på samma fråga, och om dessa olika inslag i slutändan skulle ge samma svar är det ett starkt tecken på att detta skulle stämma. Detta innebär med andra ord att fler metoder även ger en validare undersökning (Lazar et al. 2010, s. 6).

3.2. Förstudie

Som inledande arbete i vår undersökning gjordes en förstudie. Förstudien var till för att ge en grund till examensarbetet samt ge information över om detta ämne var intressant och om det skulle gå att genomföra. För att få den information som skulle behövas så hade vi diskussioner med andra personer samt undersökte ifall det existerade tidigare studier inom ämnet.

Den respons vi fick av andra personer var att ämnet var av intresse samt att det vore intressant att få reda på om till exempel synen på den personliga integriteten har förändrats mellan generationer. Samtidigt var de flesta övertygade om att det är 80-talisterna som är mer benägna att offentligt exponera sig jämfört med 60-talisterna.

3.3. Litteraturstudie

Då vi gjort den första grundläggande förstudien fortsatte vi med att göra en litteraturstudie för att få vidare kunskap och förståelse om ämnet.

Vi har läst relevant litteratur om medier, sociala medier och personlig integritet. Vi har även läst på om svensk lag och rätt, och då speciellt fördjupat oss i personuppgiftslagen (PUL). Avslutningsvis har vi även läst i Facebooks regelverk och vilka bestämmelser det finns angående integritet och uppladdning av bilder, filmer och texter. Den information vi fått fram av denna litteraturstudie presenterades i kapitel 2. Bakgrund och Teori.

3.4. Enkätundersökning

Enkätens syfte var att få in information från så många Facebookanvändare som möjligt för att få en bred bild över de olika attityder som finns inom vårt ämne, offentlig exponering. För att så många som möjligt skulle ta sig tid att fylla i enkäten utformade vi den så att det skulle gå snabbt att fylla i den samt att frågorna skulle vara lätta att svara på. Vi lämnade dock stort utrymme för kommentarer, så personen som fyllde in enkäten kunde utveckla sina ifyllda svar.

Enkäten började med att bakgrunden och syftet med vår undersökning och fortsatte sedan med inledande frågor som skulle underlätta kategoriseringen av enkätsvaren samt för att kunna öka reliabiliteten. Totalt hade enkäten tolv frågor, och det var en blandning mellan "Ja/Nej-frågor", graderingsfrågor och flervalssfrågor, allt för att alla möjliga svarsalternativ skulle finnas med vid varje fråga. Enkäten gjordes kort för att undvika att bortfall skulle ske. Denna utformning på enkäten gav oss möjlighet till att både samla bra statistik men samtidigt få ordbaserad data i form av förklaringar samt egna funderingar och tankar. Frågorna formulerades så att dessa inte skulle vara ledande på något sätt. För att se enkäten se bilaga 8.1: Enkät i denna rapport.

Enkäten skapades digitalt med hjälp av Google Forms och delades därefter via Facebook då det är facebookanvändare som skulle undersökas. Vi delade länken till enkäten på våra profiler och fick även hjälp av våra vänner som sedan delade länken på deras profiler. Allt detta gjordes för att få största möjliga spridning samt även nå ut till personer som inte känner till oss eller denna undersökning, precis som Qualman (2011) beskriver (se kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier).

3.5. Fokusgrupper

Vi valde att använda oss av två olika fokusgrupper som skulle fungera som ett komplement till den enkät som vi tidigare hade skickade ut. Syftet var att få en djupare och mer detaljrik bild av hur de olika åldersgrupperna inom vår undersökning ställer sig till sin personliga integritet samt hur dessa personer exponerar sig offentligt på Internet och Facebook.

Fokusgrupperna var uppdelade som så att de innehöll en åldersgrupp, 60- eller 80-talister, i vardera. Anledningen till detta var att det senare skulle kunna göras analyser om det existerar någon attitydskillnad mellan de olika åldrarna.

Båda fokusgrupperna hade samma upplägg och båda var cirka en timme långa. Vi valde att använda oss av minsta möjliga antal personer, fem stycken, för att få en mer avslappnad miljö för deltagarna samt för att lättare kunna få alla deltagare att diskutera på ett ungefär lika mycket, vilket är bra för emotionella ämnen som denna undersökning var (Morgan, 1992a). Som inledning på mötet hölls en kort introduktion till samt presentation av vårt arbete och mötet och slutligen började själva diskussionen. Vi använde oss av samma basfrågor i båda fokusgrupperna:

- Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?
- Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?
- Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?

Sedan presenterades även fyra olika bilder, en badbild, en festbild, en vardagsbild samt en adressbild, där de skulle diskutera över ifall det vore okej för personerna att en sådan bild på dem skulle publiceras på Facebook⁴. Vi frågade även var gränsen skulle gå för dem. För att se bilderna som användes samt några följdfrågor som ställdes se bilaga 8.3: Fokusgruppsbilder respektive 8.2: Fokusgruppsfrågor.

⁴ Bilderna är tagna av oss där vi gestaltar de exempel som tas upp. Samtliga personer på bilderna var införstådda med i vilket sammanhang som vi kommer att presentera dem.

3.6. Urval

Som tidigare nämnts så har vi använt oss av en enkät samt två fokusgrupper för att undersöka vår problemformulering. Gemensamt för alla metoderna var att det endast var 60-talister och 80-talister som undersöktes, ett mer specificerat urval presenteras nedan.

3.6.1. Enkät

De personer som skulle svara på enkäten var facebookanvändare som antingen är födda på 60- eller 80-talet. För att vara säkra på att det var facebookanvändare som svarade på enkäten och ingen utomstående så delades länken ut på Facebook. Dock var det svårare att välja alla 60- eller 80-talister som bor i Sverige, för att undvika att inga andra åldersgrupper skulle svara på enkäten var vi noga med att tala om att enkäten endast var till för de två specifika åldersgrupperna som undersöktes i detta examensarbete. Dock vet vi inte hur många fler som har sett denna enkät eller hur många facebookanvändare det finns i våra valda åldersgrupper jämfört med de 67 personer som svarat på enkäten.

3.6.2. Fokusgrupper

Första fokusgruppen bestod endast av facebookanvändare födda på 60-talet. Vi ville även att könsfördelningen skulle vara i bästa möjliga mån jämnfördelad, vilket ledde till att det fanns två män och tre kvinnor i denna fokusgrupp. Alla deltagare hade olika yrken.

Den andra fokusgruppen utfördes med tre män och två kvinnor födda på 80-talet. Även i den här gruppen var det olika yrken på personerna, tre av dem var högskolestudenter fast från olika program.

3.7. Reliabilitet

Trots att vi gjorde vårt bästa för att undvika felkällor i undersökningen så har vi ändå inte lyckats eliminera dem. Urvalet blev tyvärr inte det mest optimala då de personer som var med i fokusgrupperna antingen var en kompis kompis eller en förälders kompis, vilket leder till att trots att personerna bor på olika platser i Stockholm, samt har olika yrken, så har de liknande intressen och några hade även träffat på varandra tidigare. Detta kan i och för sig vara en fördel då det relativt snabbt blev en diskussion. En annan felkälla bland fokusgrupperna var att alla deltagarna är boende i Stockholm och vi hade tänkt att denna undersökning skulle representera det svenska folket. Vi hade heller aldrig hållit i en fokusgrupp tidigare vilket gjorde att vi inte var vana moderatorer och troligtvis inte experter på hur vi skulle ta fram den information som var mest viktig för vår frågeställning.

Problemet med enkäten var att det var många fler som inte har svarat på den än som har svarat på den, eftersom det är över en miljon svenska 60- och 80-talister som använder sig av Facebook och vi har fått 67 personer som svarat på enkäten. Vi valde att först publicera länken på våra konton och sedan sprida den vidare via våra vänner samt att dessa vänner senare spred länken vidare till sina vänner, hur långt enkäten spreds vet vi dock inte.

För att minimera felen filmade vi fokusgruppmötena så att vi inte skulle kunna förvränga sanningen och blanda ihop andras åsikter med våra egna åsikter. Vi utformade även enkäten och fokusgrupperna så att felen som uppstår hos de olika metoderna skulle ta ut varandra på bästa möjliga sätt. Till exempel undersökte vi var personerna som svarat på enkäten bor för att sedan kunna se om det är någon skillnad mellan de som bor i Stockholm och de som bor i övriga Sverige.

4. Resultat

Här presenteras de resultat som har kommit fram från enkäten samt fokusgruppsundersökningarna.

4.1. Enkätundersökning

Det var 67 personer totalt som svarade på enkäten, varav 18 stycken 60-talister och 49 stycken 80-talister. Vidare information om egenskaperna på dem som svarat på enkäten ges i tabell 1.

Alla hade tillgång till Internet dagligen och alla förutom åtta personer, jämnt fördelade mellan 60- och 80-talister, var inne dagligen på Facebook, resten var inne minst en gång i veckan på Facebook.

	60-talister	80-talister	Totalt
Alla	18	49	67
Man	3	27	30
Kvinna	15	22	37
Stockholmare	7	22	29
Ej stockholmsbo	11	27	38

Tabell 1. Visar hur många som svarat på enkäten uppdelat i grupper om alla, man/kvinna och stockholmare/ej stockholmsbo.

I graferna som presenteras nedan kommer alla staplar vara i två delar, där den första samt mörka delen representerar 80-talister och den andra samt ljusa delen representerar 60-talister.

4.1.1. Egen publicering av bilder

I den första frågan som löd ”Har du lagt ut bilder på dig själv på Facebook?”, där det gick att svara ja eller nej, frågade vi hur många i vår målgrupp som har lagt ut bilder på sig själv på Facebook. Resultatet visade att 98 % av 80-talisterna och 88 % av 60-talisterna hade publicerat bilder på sig själva.

Nästa fråga var snarlik den första, och var även den en fråga med alternativen ja eller nej, med skillnaden att den nu löd ”Har du lagt ut bilder på andra människor på Facebook?” och vi nu undrade hur många som publicerat bilder på andra personer än sig själv. Här visade det sig att 90 % av 80-talisterna och 61 % av 60-talisterna svarade ja.

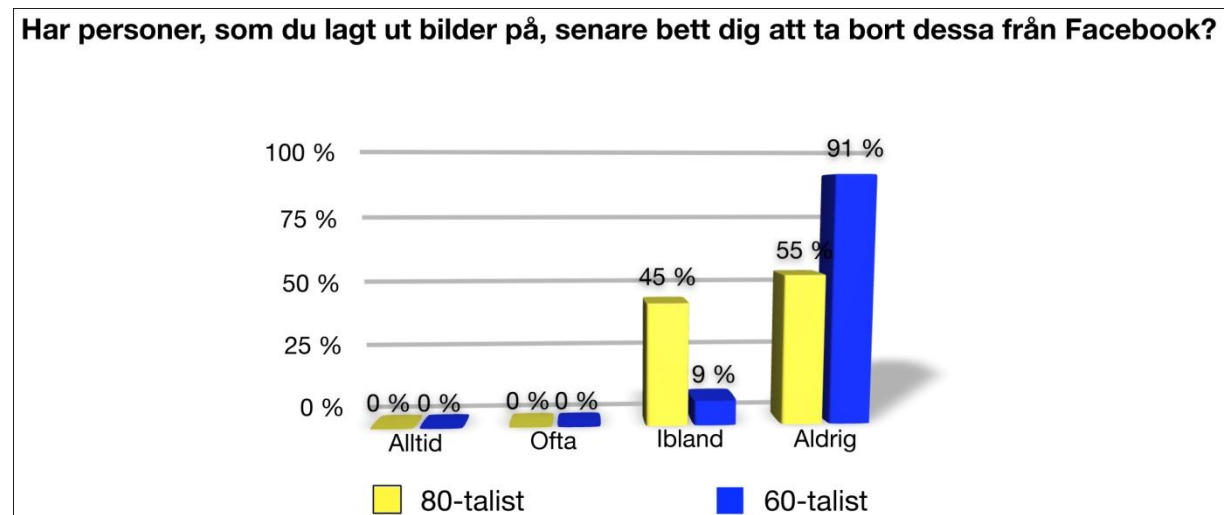
4.1.2. Samtycke med bildpublicering

Frågorna i detta stycke skulle personen endast besvara om svaret på föregående fråga var ja.

Fråga 2.1 var ”Har du frågat personen om det är okej att du ska lägga ut bilder på denna?” och alternativen var även denna gång ja eller nej. Vi ville nu veta ifall facebookanvändare

inhämtar samtycke innan de publicerar bilder på andra människor på Facebook. Det vi fick fram var att 23 % av 80-talisterna och 36 % av 60-talisterna inhämtar ett samtycke innan publicering.

Därefter frågades ifall och hur ofta personer som de lagt ut bilder på senare bett de ta bort dessa bilder från Facebook. Svartalternativen som fanns var "Alltid", "Ofta", "Ibland" och "Aldrig".



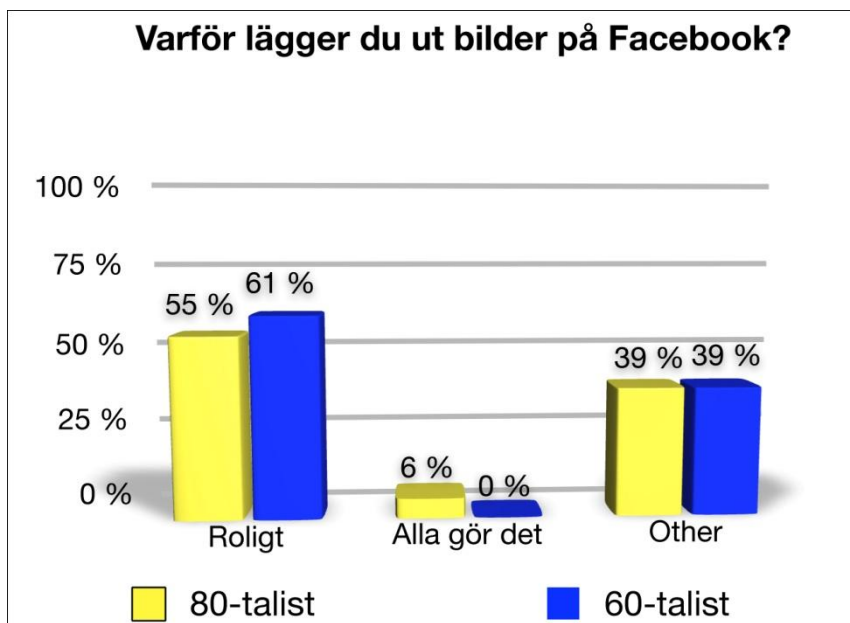
Graf 1. Här presenteras i procent hur ofta andra personer bett svararen att ta bort bilder på dem.

Nästan ingen av 60-talisterna har behövt ta bort en bild på en annan person från Facebook, men däremot har nästan hälften av 80-talisterna behövt göra detta (se Graf 1). Ingen av åldersgrupperna har behövt göra det oftare än ibland.

4.1.3. Syftet med bildpublicering på Facebook

Frågorna i detta stycke skulle endast besvaras om personen svarat ja på antingen fråga 1 eller fråga 2.

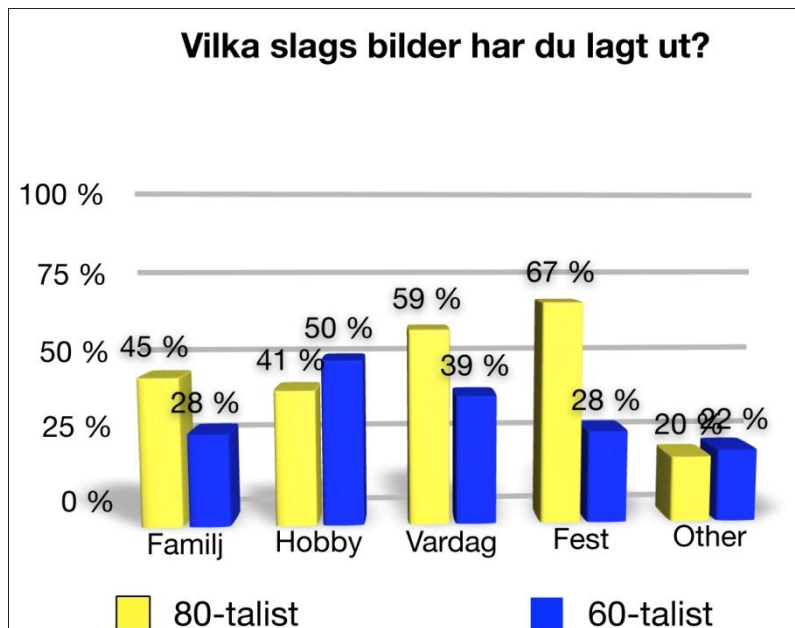
Nu ville vi veta anledningen till varför personer publicerar bilder på Facebook med svartalternativen "Roligt", "Alla gör det" och "Other".



Graf 2. Här visas i procent anledningarna till varför personer publicerar bilder på Facebook.

De flesta i båda årsgrupperna har svarat att de gör det för att det är roligt, få av 80-talisterna samt ingen av 60-talisterna gör det för att alla andra gör det och ungefär 40 % bland båda grupperna valde annat (Graf 2). Då en person valde alternativet "Other" så fanns det möjlighet att definiera vad "Other" är och den vanligaste kommentaren bland båda åldersgrupperna var "Dela med sig om sitt liv". En annan vanlig kommentar bland 80-talisterna var "om datorn skulle krascha finns de kvar någonstans" och bland 60-talister "För att visa bilder jag själv tycker om".

Därefter ville vi veta vilka typer av bilder en facebookanvändare lägger ut. Denna fråga var en flervalsfråga, med alternativen "Familj", "Hobby", "Vardag", "Fest" och "Other", vilket innebär att den totala procenten kan överstiga 100 % men det intressanta är att se varje stapel för sig som visar hur många procent av alla som publicerar en viss typ av bild. (se graf 3).



Graf 3. Här visas i procent vilka typer av bilder en facebookanvändare publicerar. Då detta är en flervalsfråga kan summan av staplarna överstiga 100 %, det intressanta här är varje stapel för sig som visar hur många av användarna som publicerar en viss bild.

Resultatet som fås är att det är fler 80-talister som publicerar bilder på familjen, vardagen och fester, däremot är det fler 60-talister som publicerar bilder på sin hobby. Hos alternativet "Other" bad vi även personen att fylla i vilka andra typer av bilder som publiceras och de vanligaste kommentarerna både bland 80- samt 60-talister var "Profilbild" samt "Semester". En kommentar som fanns bland 80-talisterna, men inte 60-talisterna, var "Jobb" och en kommentar som däremot fanns bland 60-talisterna men inte 80-talisterna var "Mina djur".

4.1.4. Har användarna känt sig kränkta på Facebook

På frågan "Har du känt dig kränkt på Facebook?" var det ingen av 60-talisterna och endast 6 % eller tre personer av 80-talisterna som svarade ja, nedan visas kommentarerna som personerna skrivit då vi undrade på vilket sätt de blivit kränkta:

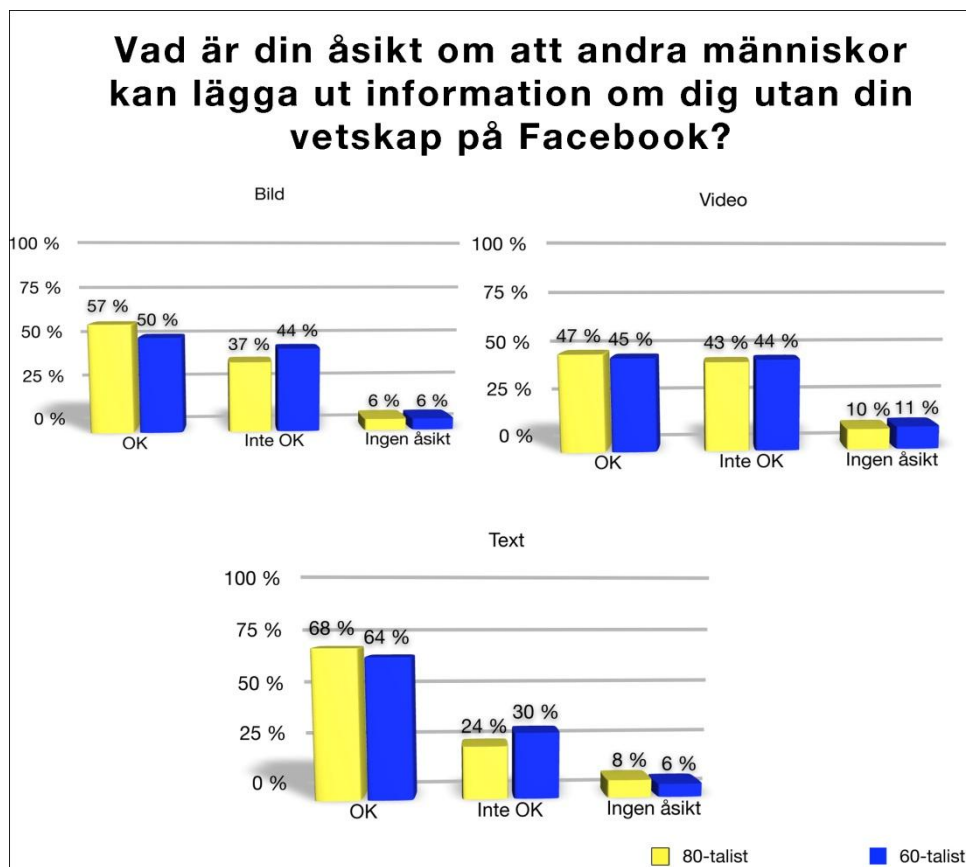
- "Då festbilder läggs ut där jag inte befinner mig i en situation som jag vill förmedla till andra.

Då folk lägger ut bilder på mig där jag är ful (Jag vet inte om det är att bli kränkt, men det är obehagligt)"

- "Ibland kan människor välja att ta konflikter på facebook istället för att ta det i "verkliga livet", det är väll enklare att säga något elakt eller en spydig kommentar då man inte behöver säga det direkt till personen, man har tryggheten att gömma sig bakom datorn. Vissa skriver även kryptiska meddelanden i sin status för att visa att de ogillar någon istället för att bara säga det till personen i fråga."
- "Okända personer som mailar hotbrev eller liknande"

4.1.5. Informationspublicering utan vetskap

Frågan vi ställde nu innehöll tre olika delar, där vi ville få reda på var hur personer ställer sig till att andra människor kan publicera information om dem utan deras vetskap. Första delfrågan gällde bilder, andra gällde video och tredje gällde text. På alla delfrågorna var svarsalternativen "OK", "Inte OK" och "Ingen åsikt".



Graf 4. Här visas i procent hur personer ställer sig till att andra kan publicera information om dem utan deras vetskap.

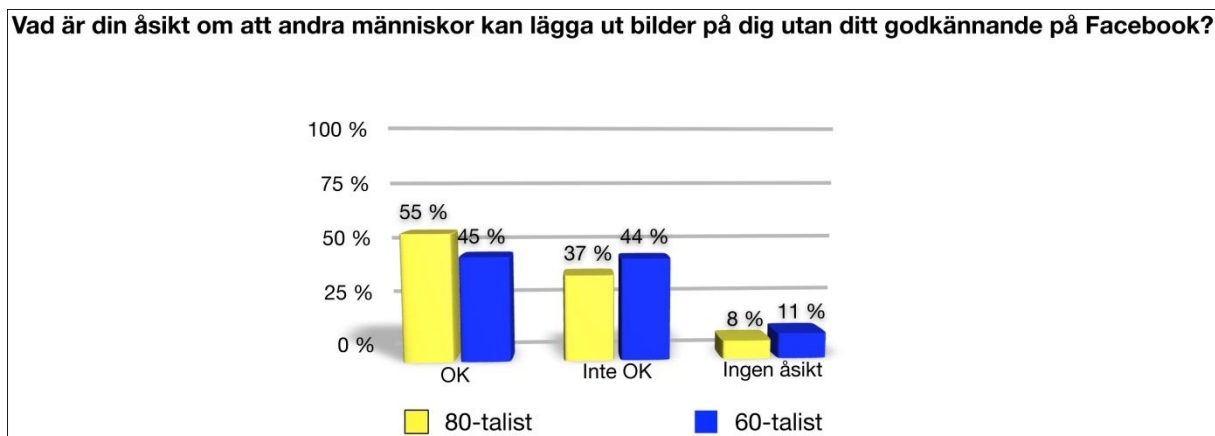
Resultatet då 60-talisterna och 80-talisterna jämförs är rätt likt. Största skillnaden var mellan "OK" och "Inte OK", vilket betyder den informationskälla som är mest okej att publicera utan ens vetskap, då det gällde text, därefter kommer bilder och den informationskällan som är minst okej att publicera utan vetskap är video (se Graf 4).

På alla tre av dessa tre delfrågor fick personen en möjlighet att även lämna en (eventuell) kommentar, och det 60-talisterna sade var ungefär detsamma i de olika delfrågorna samt löd på det här sättet "Vill gärna veta vad som skrivs och läggs ut om mig" samt "Bara den inte är kränkande". En annan intressant kommentar bland 60-talisterna var "Det är en del FB [Facebook]". Däremot var de vanligaste kommentarerna bland 80-talisterna, inom bild, att de "Anser att man bör stå för vad man gör. Bilder och text är inte speciellt personliga." samt "Jag vill ha kontroll över min egen exponering och veta vilka som ser/vet vad.", inom video, "Hatar att vara med på film så då måste dem fråga först!" samt "Det har aldrig hänt, men skulle vara ok så länge jag tycker att videon är en ok video att dela med mig av till andra.", och inom text, "Så länge det inte är något nedvärderande eller motsvarande." samt "Då

måste man veta vid namn vem det handlar om, vilket inte är lika troligt att okända folk vet vem jag är.”.

4.1.6. Bildpublicering utan godkännande

Frågan i detta stycke är snarlik föregående, med skillnaden att vi nu ville veta om de anser att det är någon skillnad mellan om bilder publiceras utan vetskap eller, som efterfrågas här, utan samtycke. I denna fråga bad vi bara om åsikterna då det gäller bilder (se Graf 5).



Graf 5. I grafen presenteras i procent hur personer ställer sig till att andra kan publicera bilder utan sitt godkännande.

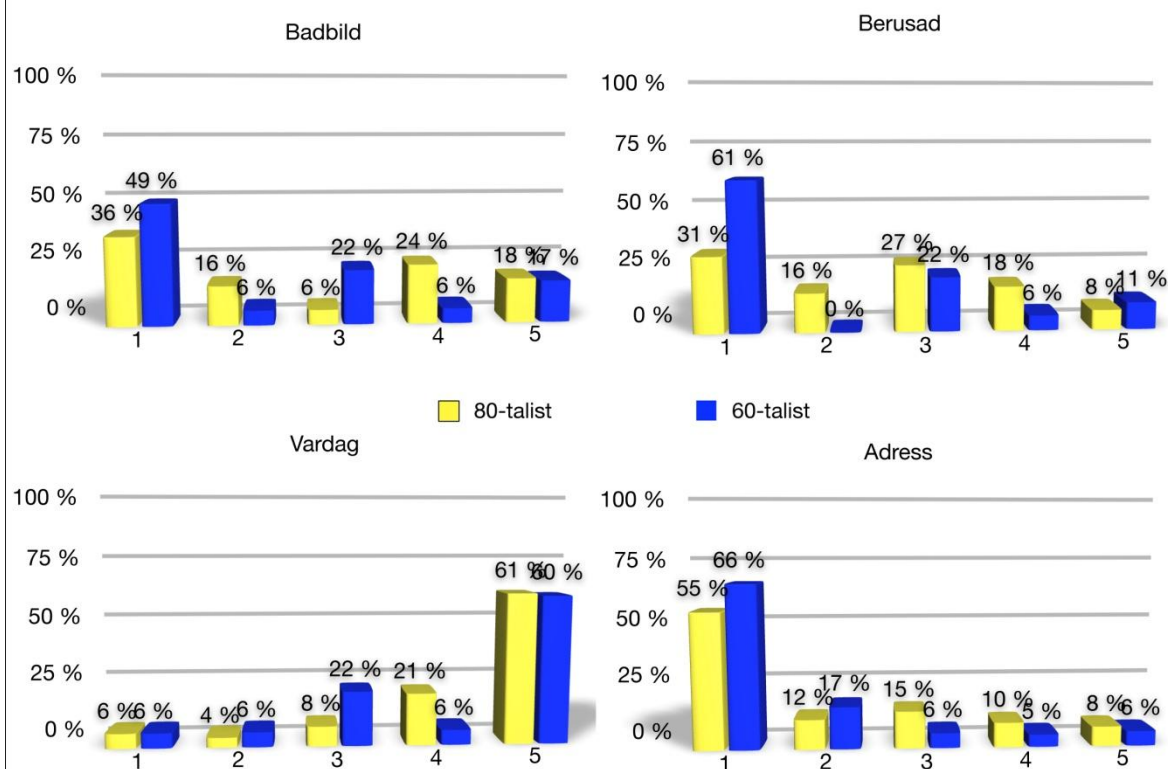
Då detta resultat jämförs med resultatet i graf 4, bild, så är det lika många som inte tycker det är okej, däremot är det färre som tycker det är okej och istället fler som inte har någon åsikt.

Även här kunde personerna kommentera om de ville det och många kommentarer hänvisade till den tidigare frågans kommentarer, se ovan, men en kommentar som fanns ofta, i båda åldersgrupperna, var till exempel *”Dom får se mig i verkliga livet utan att be om lov också ;)*”. Annars fanns det även kommentarer som *”Jag vill godkänna bilden - det sker ju ”informellt” som det är nu, men skulle vara bra med ett officiellt godkännande på Facebook.”* bland 80-talisterna.

4.1.7. Attityd gentemot olika typer av bilder

Vi ville även få veta hur bekväma personer känner sig med att andra lägger ut olika typer av bilder på dem på Facebook. Det fanns fyra olika exempel, bilder på personen i bikini eller badshorts, bilder där personen är berusad, vardagsbilder samt adressbilder, där personen skulle fylla i hur okej de ansåg det vara på en skala från ett till fem, där *”1”* är *”Inte OK”* och *”5”* är *”OK”*.

Vart går gränsen?



Graf 6. Graferna visar i procent hur okej personerna tycker att det är att andra personer publicerar vissa typer bilder på de. X-axeln är en skala från ett till fem där "1" är "Inte OK" och "5" är "OK".

Resultatet var likadant bland både åldersgrupperna på det sättet att majoriteten har svarat "1" på alla bilder utom vardagsbilden där majoriteten svarat "5" (se Graf 6). Den enda skillnaden mellan åldersgrupperna var att siffrorna skiljer sig åt, medelvärde på badbilden var för 60-talisterna 2.33 och för 80-talisterna 2.76, berusningsbilden var för 60-talisterna 2.06 och 80-talisterna 2.57, vardagsbilden var för 60-talisterna 4.11 och för 80-talisterna 4.27 samt adressbilden var för 60-talisterna 1.67 och för 80-talisterna 2.04, vilket innebär att 60-talisterna tyckte att alla bilderna var mindre okej än 80-talisterna.

4.1.8. Önskan om taggning

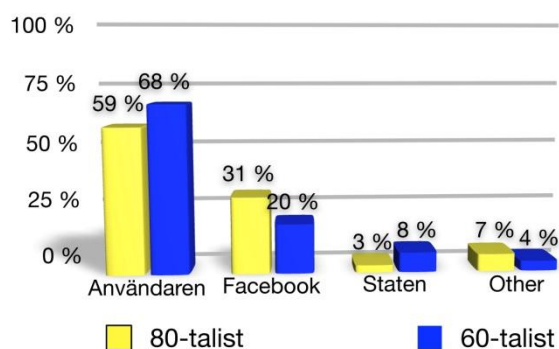
Frågan "Önskar du godkänna alla bilder som 'taggas'⁵ på dig innan bilden läggs publikt på Facebook?" hade svarsalternativen ja eller nej. 71 % av 80-talisterna samt 50 % av 60-talisterna svarade ja på denna fråga.

4.1.9. Ansvarig visavi kränkning på Facebook

⁵ Taggning är en funktion där användaren kan länka till en annans facebookprofil, från en text, bild eller film, för att tala om vem informationen handlar om.

På sista frågan i enkäten ville vi veta vem personerna tycker ansvarar för att ingen känner sig kränkt på Facebook. Denna fråga var en flervalsfråga vilket innebär att summan av staplarna kan bli mer än 100 %.

Vems ansvar är det enligt dig att ingen känner sig kränkt genom publik exponering på Facebook?



Graf 7. Här visas i procent vem personerna tycker ansvarar för att ingen känner sig kränkt på Facebook. Då detta är en flervalsfråga kan summan av staplarna överstiga 100 %, det intressanta här är varje stapel för sig som visar den som personerna mest tycker är ansvarig för detta.

Resultatet visar att den som flest personer tyckte var ansvarig var facebookanvändaren och därefter kom Facebook (graf 7). Några få svarade att staten var ansvarig samt "Other" där personerna oftast använde alternativet för att förtydliga vad de menat med de andra svaren, en kommentar från detta var till exempel "Allas ansvar egentligen. Varje människa bör tänka igenom sina beslut".

4.2. Fokusgrupp 60-talister

Under detta möte var det först tre huvudfrågor som diskuterades, därefter visades fyra olika bilder, se bilaga 8.3. Fokusgruppsbilder, för att diskutera om personerna skulle kunna tänka sig att lägga ut en sådan bild på sig själv på Facebook.

4.2.1. Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?

Möjligheten till att bli offentligt exponerad på Facebook var något som de flesta deltagarna inte tänkt på så mycket tidigare utan de såg det mer som något roligt att göra. Det de tyckte var att bli offentligt exponerad är något som många vill bli i dagens samhälle, dock gick detta till en viss gräns eftersom det inte fick bli för privata bilder. 60-talisterna såg även offentlig exponering som en möjlighet till reklam, då reklam kan nå många på kort tid på Facebook. En av deltagarna hade dock tänkt en del på frågan då personen i fråga var en offentlig person i sin yrkesroll som högstadielärare, och inte vill att andra personer än dennes vänner (som till exempel elever) ska veta vad den gör på till exempel fritiden. Dock har personen löst detta med att använda två konton där ett konto var ett pseudonym som endast vännerna har tillgång till. Alla deltagarna var överens om att det var viktigt att skilja på det som är privat och det som är offentligt. Deltagarna kände även att denna offentlighet leder till att alla lär sig av varandras erfarenheter som de publicerar på Facebook.

Vi frågade deltagarna även om hur de hade ställt sig till frågan om möjligheterna till offentlig exponering för fem eller tio år sedan, genom att vi hade förklarat för dem vad Facebook skulle vara och innebära. Personerna kände att de skulle ha varit emot en sådan plattform och att de med fruktan väntat på dagen då Facebook skulle komma. Detta eftersom de kände att deras privatliv skulle blivit för offentligt. Därför undrade vi varför de trots detta började använda sig av och blev medlemmar på Facebook. Anledningen till varför de valde detta var att Facebook smög sig på och de ville hitta gamla vänner, något de hade hört skulle vara möjligt på denna plattform. I dagsläge har deltagarna i fokusgruppen skaffat sig fler vänner och då även sådana de inte känner. Trots att personerna inte känner alla vänner de har i sin kontaktlista på Facebook så upplevde de dessa som en trygghet och som kompisar, de får en känsla över att de alltid finns där när de behöver det.

I en annan delfråga ville vi få reda på om det är 60- eller 80-talister som offentligt exponerar sig mer. Deltagarna tyckte att det både var de själva och 80-talisterna dock på olika sätt och verktyg. De tyckte att det var de själva, alltså 60-talisterna, som exponerade sig mer då det gäller användandet av text. Däremot var de överens om att 80-talisterna offentligt exponerar sig mer då det gäller användandet av bilder då de gärna lägger ut vågade bilder. Anledning till varför deltagarna tycker att de själva exponerade sig mer med hjälp av text är att de är uppvuxna med textkommunikation och bildkommunikation kom enligt dem långt senare, vilket är det 80-talisterna är uppvuxna med.

4.2.2. Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?

Alla deltagarna svarade ja på ifall andra personer lagt ut bilder på dem på Facebook och tyckte samtidigt att de bilder som har publicerats är okej att de blivit. Dock fanns det en bild på en deltagare som personen ifråga var obekvämt med att den finns på Facebook. Personen funderade på att be om att få bort denna bild, och anledningen till varför personen då inte gjort några åtgärder än var att den har glömt bort det. Ingen av deltagarna har däremot än så länge bett andra personer att ta bort bilder som de andra personerna har publicerat på deltagarna i fokusgruppen.

Vi frågade även deltagarna om hur de ställer sig till att andra facebookanvändare kan publicera bilder på dem utan deras godkännande eller vetskap. Det de då kom fram till var att det är så det fungerar på Facebook och det är så användare gör. De tyckte även att det inte var något fel med det så länge personen på bilden inte har något att dölja. Skulle personer däremot tycka att det är ett problem så sade de att personerna i så fall borde ta bort sitt konto på Facebook.

Därefter ställdes en fråga om hur deltagarna skulle gå tillväga om en annan person lägger ut till exempel naken- eller berusningsbilder på dem, och deltagarna vill ha bort dessa bilder från Facebook, men den andra personen vägrar att ta bort bilderna. En av deltagarna berättade att den inte skulle uppskatta det och hota med att publicera en liknande bild, om deltagaren nu måste använda ett bildredigeringsprogram för detta. En annan deltagare menade att det kändes svårt att göra en polisanmälan och visste inte ifall det är möjligt att göra detta. Personerna i fokusgruppen undrade även ifall de själva hade en möjlighet att ta bort den bilden från Facebook. Till slut kom deltagarna fram till att det visst skulle gå att göra en polisanmälan och efter ett tag få bort bilderna, men det stora problemet är att bilden redan funnits på Internet och ingen vet i hur stor utsträckning bilden har spridits.

Enligt en av personerna i fokusgruppen så är anledningen till varför ovanstående är möjligt att vi som Facebookanvändare inte tänker efter innan vi publicerar något eller liknande, utan vi handlar först och tänker sen.

4.2.3. Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?

Denna fråga blev inte så djupt diskuterad då mycket av det vi ville veta redan blev besvarat i föregående frågor. Det som däremot sades var att deltagarna har lagt ut bilder på sig själv men inte speciellt många. En av deltagarna berättade att den har redigerat bilder på sig själv i bildredigeringsprogram innan publicering för att se bättre ut.

4.2.4. Badbild

Då vi visade upp första bilden så var den allmänna uppfattningen att en sådan bild vore helt okej och att det inte spelade någon större roll ifall den skulle publiceras. Dock tyckte en av personerna att bilden var ett gränsfall men fortfarande var det ingen fara att den skulle läggas ut. Den precis nämnda personen menade även att den var okej i sitt sammanhang, som i en bildserie, men mindre passande som ensambild.

Vi frågade även var någonstans gränsen skulle gå för deltagarna tills bilden inte skulle vara okej att publicera enligt dem. Personerna i fokusgrupperna var överens om att det skulle ske när det blir naket, däremot skulle det till exempel inte vara någon fara ifall delar av rumpan skulle synas, samtidigt som det inte var önskvärt att personerna skulle stå bredvid en utomstående person som skulle vara mycket snyggare än de själva.

På frågan om det var någon skillnad på bad- eller underkläder var det bara en person som sade att underkläder inte skulle vara okej, resten av deltagarna tyckte inte att det spelade någon roll.

4.2.5. Festbild

Denna bild fick mer motstånd då deltagarna inte tyckte att en sådan bild ska publiceras på Facebook, samtidigt sade en av personerna att den skulle försöka att undvika att hamna i en sådan situation från början. Det som mer diskuterades var att en sådan bild skulle kunna försvåra att till exempel skaffa nytt arbete om en framtida arbetsgivare skulle få syn på denna. Dock hade de sett värre bilder själv som publicerats, men de skulle själva inte göra det.

En sådan bild skulle enligt deltagarna själva bli godkänd till att publiceras om det skulle framgå att bilden är tagen i ett spexande sammanhang eller ifall bilden hade varit äldre, till exempel 20 år gammal. Orsaken till att en 20 år gammal bild skulle vara okej är att det mer skulle bli nostalgi och att arbetsgivare mer skulle se det som att personen ifråga haft det roligt under sin ungdom.

Sedan diskuterades även anledningen till varför vissa bilder är kränkande för vissa men bra för andra och det största skälet de kom fram till var okunskap. Vad som är kränkning skiljer sig från person till person, kultur till kultur med mera, och vi vet inte hur det ligger till hos andra.

4.2.6. Vardagsbild

En sådan vardagsbild ansåg inte deltagarna skulle vara något negativt utan berättade att det finns en del bilder på dem själva som påminner om den. Då vi frågade när en vardagsbild skulle sluta vara okej kom de fram till att det skulle vara då bilden blir för intim. Några exempel de nämnde var när de skulle duscha och dylikt, eller om de skulle vara på samma bild som en annan person där det är olämpligt att de är det (exempelvis utomstående personer som är snyggare än dem så att de framstår som fula, personer som är kända för något olagligt etcetera). För högstadieläraren var det samtidigt viktigt att kunna skilja på det offentliga och privata, vilket innebär att vardagsbilder från privatlivet skulle vara olämpliga på dennes offentliga facebookkonto.

4.2.7. Adressbild

Den allmänna uppfattningen var att de borde vara försiktiga med sådana bilder för att inte underlätta för till exempel eventuella tjuvar men samtidigt hade de inte tänkt så mycket på det. Bilden i sig tyckte de var oskyldig och skulle en annan person lägga ut en sådan bild på dem skulle de inte be personen ta bort bilden, eftersom de som tidigare nämnt inte skulle tänka på det. I dagsläge går det även att få liknande bilder av bra kvalitet via bland annat Eniro eller Google Earth men enligt deltagarna borde de inte underlätta för personer som möjligtvis vill dem illa.

4.3. Fokusgrupp 80-talister

Detta möte hade samma upplägg som mötet med 60-talisterna.

4.3.1. Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?

Det deltagarna sade om denna fråga var att de tyckte att offentlig exponering är bra och lite roligt samtidigt som de tycker att den känns konstig. En av personerna i fokusgruppen berättade att det som känns konstigt är när den märker att andra personer läser det den publicerar på sitt facebookkonto, speciellt när det är personer som den knappt känner eller har träffat. Deltagarna tyckte även att de kan presentera sina privatliv för ett hundratal olika vänner och personer utan att de egentligen tänker på det. Dock var det enda de egentligen var oroliga för att arbetsgivare i framtiden kan gå in på Facebook och leta upp personerna för att se vad personen har gjort och gör under sin fritid.

Deltagarna i fokusgruppen trodde även att det är en skillnad mellan hur vi tänkte för fem eller tio år sedan jämfört med hur vi tänker nu. Anledningen till det sade de var att vi blir mer och mer avtrubbade över vad som är för privat och att kommunikationen förändras så snabbt nu. Deltagarna valde att skaffa facebookkonton på grund av att de kände sig tvungna, exempelvis så fanns det många av deras vänner där och då behövde de också vara med. De tyckte även att det var lite skrämmande i början men under tidens gång har de vant sig vid det och tycker även att de får som en slags kick när de använder sig av Facebook.

På frågan om det är yngre eller äldre som offentligt exponerar sig mer på Facebook så var alla deltagarna överens om att det är yngre som gör det, både via text och bild. Anledningen till

detta, enligt deltagarna själva, är att yngre är mer teknikvana och nästa alla har en smartphone som de snabbt och enkelt kan publicera information med, speciellt information om händelser som är nu. En annan stor anledning skulle vara att yngre behöver någon slags bekräftelse av andra personer.

Däremot tyckte deltagarna även att det är viktigt att skilja på det privata och det offentliga trots att det är väldigt svårt ibland.

4.3.2. Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?

Alla i gruppen svarade ja på denna fråga och vi undrade då hur de ställer sig till att andra personer lägger ut bilder på dem. En av deltagarna tyckte att vissa av bilderna som publicerats på personen ifråga är okej att andra publicerar, dock finns det de bilder som personen, trots att den är obekvämd med det, blir taggad på. Då personen senare försökt att ta bort taggen så har det hänt att den som publicerat bilden från början taggar bilden på nytt. Till slut har personen bett publiceraren att ta bort bilden eller sluta tagga den, vilket har lett till att taggen försvunnit men inte bilden. Därefter frågade vi ifall någon annan i fokusgruppen bett andra personer att ta bort bilder på dem, och svaret blev att några hade gjort det.

Deltagarna menade även att det finns bilder på dem publicerade som de inte är bekväma med men, i de flesta fall, har de vant sig vid bilderna och tycker att det är okej att de ligger kvar. Detta är något som deltagarna har lärt sig med tiden, trots att de tyckte att det var lite konstigt i början så känns det helt okej med det nu. Personerna tyckte att om en person har skaffat sig ett facebookkonto så får personen leva med att det publiceras bilder på den och se till att den kan stå för det den gör. Hade däremot en utomstående person bett någon av deltagarna att ta bort en bild på dem, som deltagaren lagt upp, skulle de göra det.

Därefter diskuterade personerna i fokusgruppen om vilka rättigheter de egentligen har då bilder publiceras på Facebook och vilken lag det är som gäller. De flesta hade en egen uppfattning om vad som borde gälla till exempel svensk lag, personuppgiftslagen eller Facebooks användarvillkor, däremot var det ingen som med säkerhet visste hur det egentligen är.

4.3.3. Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?

Även i denna fokusgrupp blev inte den här frågan så djupt diskuterad på grund av att mycket av frågan diskuterades innan den blev ställd. Däremot hade alla lagt ut bilder på sig själva och även ställt in att det endast är ens vänner som får se bilderna som ligger på deras profiler.

4.3.4. Badbild

Då denna bild visades fick gruppen delade meningar. Majoriteten av gruppen sade bestämt att det inte vore okej att publicera en sådan bild om personen skulle ha underkläder på sig, resten tyckte att det inte gjorde någon skillnad mellan badkläder och underkläder eftersom det täckte lika mycket och att båda är okej att publicera. Då vi frågade den majoritet, som inte uppskattade att bli publicerade i underkläder, ifall de skulle känna sig bekväma i det om de hade badkläder på sig istället tyckte majoriteten ur den gruppen att det skulle vara okej.

Däremot var en person fortfarande tveksam men tyckte att det skulle vara mer okej med badkläder.

Deltagarna tyckte även att en sådan bild inte skulle vara någon fara för arbetsgivare, men att det beror på vilken anställning det gäller. En person med en typ av anställning kan publicera en viss typ av bilder utan att det blir olämpligt (exempelvis borde en politiker som är emot tobak inte publiceras på bilder där den röker). Samtidigt tyckte de att det som publiceras på Facebook inte borde påverka hur det går i arbetslivet, då det ska skiljas på det privata och arbetet, däremot så gör det ofta det och personer som arbetar kan förlora sin trovärdighet på grund av det som finns på Facebook.

4.3.5. Festbild

En minoritet i gruppen tyckte att en sådan bild på dem inte är ett större problem. En ur minoriteten berättade att det finns sådana bilder på personen redan men inte var full på dessa, då personen är nykterist, utan hade bara kul. Dock var personen osäker på om en arbetsgivare skulle tro på den ifall personen skulle säga att den inte var full. En annan ur minoriteten tyckte att så länge personen ser medveten ut är det okej, vilket personen tycker att den verkar vara på bilden vi visade upp. Dock tyckte resten av gruppen att det inte skulle vara bra ifall sådana bilder publiceras på dem, eftersom till exempel arbetsgivare kan se sådana bilder och de kände att de inte ville hamna på bilder som de senare inte kan stå för längre.

4.3.6. Vardagsbild

Alla deltagarna var överens om att en vardagsbild var mer än okej att bli publicerad på. De ville att utomstående människor ska se att personen har ett socialt liv, och exempelvis inte bara sitter hemma framför datorn, och att de uppskattar även ifall andra personer publicerar sådana bilder på dem, ju fler desto bättre.

Då vi frågade om det finns vardagsbilder som inte skulle vara lämpliga att publicera så sade deltagarna att det beror på var och i vilken mängd bilden är tagen. Exempelvis skulle det fungera med en bild där personen handlar alkohol, men skulle det finnas flera sådana bilder tagna vid olika tidpunkter kan det bli fel. En person i fokusgruppen berättade att det bara fanns festbilder publicerade på personen ett tag och på grund av det klassades som en festperson av alla andra, vilket inte var meningen. Deltagarna tyckte även att vardagsbilder som är för intima inte var okej att publicera då dessa kan leda till förutfattade meningar om en person som kanske inte stämmer överens med verkligheten.

Det deltagarna dock tyckte var väldigt intressant när de märkte vad de diskuterade om var att de är övertygade att andra bryr sig om vad de gör och att de inte vill göra bort sig medan de själva inte bryr sig om vad andra.

4.3.7. Adressbild

Denna bild gav gruppen än en gång delade meningar. Ena delen sade att de inte skulle tänka på ifall en sådan bild skulle publiceras på dem och menade att det i dagsläge är lätt att få tag i liknande bilder av hög kvalitet med hjälp av till exempel Eniro eller Google Earth. De menade också att ifall en person vill hitta en annan person så kommer den att göra det i alla fall, även

om det inte finns en sådan bild på Facebook. Motståndet till detta var att de inte tyckte att de behövde förenkla det för andra personer.

Däremot var alla i gruppen överens om att det inte skulle vara lämpligt ifall en sådan bild skulle publiceras på en människa som har ett konto under ett pseudonym. Detta då personen från början inte vill bli hittad och det på så sätt skulle vara rentav kränkande.

5. Analys

I det här kapitlet analyseras de olika resultaten som presenterades i kapitlet innan, 4. Resultat samt olika felkällor som uppstått genom undersökningen.

Nästan alla av såväl 60-talisterna och 80-talisterna har någon gång publicerat bilder på sig själva eller andra personer, med en tendens till att 60-talisterna är lite mer försiktiga med det. Det fanns små skillnader i varför personerna publicerar bilder och dessa är att 80-talisterna möjligtvis faller lite mer för gruppträck, då de oftare svarat ”Alla gör det”, och att de är mer teknikvana, då de använder Facebook som extern lagringskälla. 60-talisterna inhämtar också oftare samtycke innan publicering, trots att det är få i både åldersgrupperna som gör det, och det händer nästintill aldrig att 60-talisterna blir ombedda att ta bort bilder medan det bland 80-talisterna nästan hälften som blivit ombedda ibland. Anledningen till detta tycks vara att 60-talister tänker efter mer innan och inte publicerar bilder som de själva inte vill hamna på, medans 80-talisterna tycker det är roligt att driva med andra och därför publicerar bilder som de tycker om men själva inte skulle vilja att någon annan publicerar på dem. Detta såg vi bland annat i en fokusgrupp med 80-talister där en person berättade att han eller hon blivit publicerad och taggad på en bild som personen inte ville bli taggad på, och därför avtaggade sig på bilden men den som publicerade bilden tyckte inte att personen skulle avtaggas och därför taggade tillbaka namnet.

Om vi studerar det som står ovan går det att dra en parallell från det till frågan om personerna känt sig kränkta på Facebook. Det var i och för sig inte många som gjorde det men av de som sade ja var alla 80-talister vilket kan bero på vad vi tog upp ovan, att 80-talister inte tänker efter och även kan publicera bilder snabbt, samt utan någon distans till dem, i direkt anslutning till festen. Detta då, enligt fokusgruppen med 80-talisterna, många 80-talister äger en smartphone med tillhörande facebookapplikation och samtidigt är duktiga på att använda den, 60-talisterna däremot använder en vanlig digitalkamera på fest och när de senare tittar på bilderna igen, med nyktra ögon, vet de vilka bilder som är lämpliga och vilka inte. Enligt fokusgruppen med 60-talisterna så var även anledningen till att andra blir kränkta okunskap, det vill säga att vi inte vet vad som är kränkande för andra kulturer och individer, vilket nog stämmer om vi tittar på det ovanstående. Samtidigt var det relativt många av 80-talisterna som önskar att godkänna bilder som de taggas på, kanske med anledningen till att de inte litar tillräckligt mycket på sina vänner och medmänniskor. Båda åldersgrupperna var även överens om att det är användaren själv som är ansvarig för att inte kränka andra, dock bär även Facebook ett litet ansvar för att detta inte ska ske.

Båda dessa påståenden är enligt oss rimliga då det är de två enheter som kan göra något åt kränkning på Facebook. Några få hade svarat staten på denna fråga vilket vi tyckte var intressant eftersom staten inte äger Facebook och samtidigt så täcker personuppgiftslagen, för det mesta, inte det som publiceras på Facebook, det vill säga att staten inte kan göra så mycket. Frågan som ställs då är ifall exempelvis personuppgiftslagen eventuellt bör omarbetas för att vara anpassad till dagens samhälle och sociala medier.

Båda fokusgrupperna liknade varandra i vad som sades och vad de tyckte. Det sades ungefär samma saker om vi bortser ifrån bildfrågorna som diskuteras nedan. Några likheter som fanns var att båda tyckte att det är viktigt att skilja på det privata och det offentliga, som till exempel högstadieläraren i fokusgruppen med 60-talisterna. Detta för att personer som inte har med en persons privatliv att göra ska hållas utanför, som högstadielärarens elever en framtida arbetsgivare. Detta påminner om det Qualman (2011) skrev om människans tvådelade längtan

till att vara unik samtidigt som den vill känna sig accepterad av större social omgivning (se kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier). Vi vill med andra ord vara privata och leva våra egna liv samtidigt som vi vill vara offentliga, dock skiljer sig var den privata gränsen går mellan olika personer och där kan yrke spela en stor roll.

Av de kommentarerna som erhöles i första frågan ser man att exponering på Facebook inte anses som ett problem utan snarare som en livsstil, det är helt enkelt så det fungerar i dagens samhälle. Människor ska exponera sig i största möjliga mån för det är det som förväntas av oss och detta ökar i takt med teknikutveckling och liknande. Detta överensstämmer med det som Gripsrud (2002) skrivit (se kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier) genom att vi känner en längtan efter att dagligen bli anslutna, och på så sätt offentliga, till denna omfattande sociala verklighet. Dessa kommentarer är även en bekräftelse av det Grimmelmann (2009) skrev. Vi exponerar oss på grund av att alla andra gör det och på så sätt är vi inte de enda som är offentliga, utan vi är en av många (se kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier).

Trots att vi gärna offentligt exponerar oss är vi relativt medvetna om vilka risker det kan innebära för vårt privatliv, exempelvis de som presenterades i kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier. Vi publicerar inte information som kan vara till nackdel för oss då bland annat arbetsgivare kan gå in och övervaka oss, samtidigt som vi inte vill att en vän publicerar sådan information då den i så fall gjort en hemlighet offentlig. På så sätt vet vi även att vi kan vara oeniga om vilka bilder som bör publiceras och vilka inte, och vi vet även att vi kan kränka varandra om vi inte visar respekt och tar hänsyn. Samtidigt ger Facebook oss en känsla att det är väldigt säkert där och om inte annat har vi tron att vi har många vänner som stöttar oss, trots att vi kanske inte ens känner hälften av alla vi har med i vår vänlista. Facebook är helt enkelt en naturlig och social plats att vara på, samt att vi får möjligheten, som Brogan (2010) skrev, att göra vår röst hörd inför en stor och utvald publik (se kapitel 2.2.1. Människor och sociala medier).

Ingen av grupperna hade någon större koll på vad de egentligen har för rättigheter på Internet i allmänhet och mer specifikt på Facebook, båda grupperna hade en ungefärlig uppfattning och några 80-talister hade en tro på hur det skulle vara vilket visade stämna på ett ungefär med några missuppfattningar. Några ur fokusgruppen med 80-talisterna använde personuppgiftslagen som referens till att vi egentligen inte får publicera information på andra människor än oss själva utan att inhämta samtycke innan. Något som inte stämmer eftersom det är skillnad strukturerade och ostrukturerade personuppgifter som ingen ur båda fokusgruppen visste vad det var, vilket är ett tecken på okunskap.

Vi hade några funderingar gällande ifall de rättigheter och skyldigheter som facebookanvändare har, på något sätt påverkar vad och hur vi publicerar information i mediet Facebook. Dock kan vi inte bekräfta detta på grund av att de flesta inte vet vad som gäller. På grund av att facebookanvändarna inte känner till hur de kan och får bete sig på Facebook kan det leda till att användarna blir mer restriktiva, för att de tror att regler och lagar är hårdare än vad de är, eller bli mer offentliga med dum eller vågad information, för att de tror att regler och lagar är mindre strikta. Detta kan vi dock inte svara på i denna undersökning.

En fråga som var gemensam för både fokusgrupperna och enkäten var då vi undrade vilka typer av bilder som skulle vara okej att publicera, med skillnaden att bilderna endast beskrevs i enkäten men visades i fokusgrupperna. I kapitel 4. Resultat publicerades graf 6 med tillhörande medelvärdesiffror för de olika bildexemplen i enkäten och dessa siffror var

överlag något högre bland 80-talisterna jämfört med 60-talisterna. Dock var skillnaderna på det stora hela relativt små vilket betyder att de två åldersgrupperna tyckte ungefär likadant. Tittar vi däremot på graf 6 så ses att diagrammen för 60-talister och 80-talister ser olika ut för badbilden och festbilden. Detta beror på att 60-talisterna är mer koncentrerade i hur de svarar medan 80-talisterna är mer jämnt fördelade och på sätt tycker annorlunda inom sin grupp. Detta märktes även under fokusgrupperna.

Den ovan nämnda frågan var den enda frågan där en skillnad märktes mellan enkäten och fokusgruppen med 60-talisterna, däremot för fokusgruppen med 80-talisterna stämde det bra överens med svaren på enkäten. Tre av fyra bilder var negativt betonade, alla utom vardagsbilden, i båda åldersgrupperna på enkäten och samma gällde för fokusgruppen med 80-talisterna. Fokusgruppen med 60-talisterna var däremot lite mer positivt inställda till både badbilden och adressbilden än vad som visades i enkäten. Anledningen till varför detta fel uppstått kan bero på de som svarat på enkäten inte förstått vad som menas med badbild och adressbild, därför borde det funnits med bildexempel direkt i enkäten vilket vi ville men inte fungerade i Google Forms. En annan anledning skulle kunna vara att då en enkät besvaras fylls den i monotont och efter det första intrycket medan en fokusgrupp diskuterar fram svaren på frågan och det sker en tankeverksamhet innan frågan besvaras.

Andra felkällor som finns i denna rapport är till exempel vilka som svarat på enkäten. Det är en relativt bra svarsfrekvens med 67 personer som svarat på enkäten, dock är det inte optimalt att endast 18 personer av dessa var 60-talister. Samtidigt var endast tre av dessa 60-talister män, dock märktes ingen anmärkningsvärd skillnad då dessa svar jämfördes med kvinnornas svar eller svaren i fokusgruppen med 60-talister, vilket borde innebära att detta fel kan försummas. Samma sak gäller för personer som bor i Stockholm och personer som bor utanför Stockholm, då svaren inte skilde sig åt på det stora hela, därför kan även felet med att det endast var personer boende i Stockholm med i fokusgrupperna försummas. Något som kan ha förvirrat de som svarat på enkäten är de olika hoppen som skulle göras om personen svarat ja eller nej på antingen första eller andra frågan, se bilaga 8.1. Enkäten, dock visste vi inte hur vi skulle lösa detta problem och valde därför att göra som vi gjorde. Fråga 2.1 i enkäten, ”Har du frågat personen om det är okej att du skall lägga ut bilden på denna?”, borde även haft andra svarsalternativ än ja och nej, då en person kan inhämta samtycke för första bilden och inte för andra. Istället för en ”Ja/Nej-fråga” borde frågan haft alternativen ”Alltid”, ”Ofta”, ”Ibland” och ”Aldrig” som i fråga 2.2.

Vi använde oss även av många källor från Internet och inte så mycket tryckt material, detta då det mycket av det som var av intresse för denna undersökning finns på Internet samt att det i dagens samhälle blir allt svårare att skilja på tryckt material och material på Internet, då allt fler artiklar publiceras på Internet.

6. Slutsatser

Här diskuteras slutsatserna som kommit fram genom analysen av resultaten samt på felkällorna som blivit i denna undersökning. Slutsatserna är uppdelade efter vår problemformulering som presenterades i kapitel 1.3. Problemformulering.

6.1. Vad är 60-talisternas attityd till att bli offentliga på Facebook utan deras vetskap och/eller medgivande, jämfört med 80-talisternas?

Som vi nämnde i kapitel 1.2. Syfte så var syftet med denna rapport att undersöka och kartlägga om det finns någon attitydförändring mellan de generationer som har växt upp med Internet och de som inte har gjort det. Kort sagt var det ingen översiktlig skillnad samt att de generella attityderna från de olika åldersgrupperna var ungefär likadana. Som diskuterat i kapitel 5. Analys så är attityderna ofta desamma och det är svårt att hitta några skillnader mellan åldersgrupperna något som vi blev förvånade över, då vår hypotes var att yngres attityd gentemot att bli offentlig var mestadels positiv och äldres attityd var restriktiv och försiktig. Trots att inga stora skillnader upptäcktes mellan åldersgrupperna visades det tydligt att det finns en attitydskillnad inom gruppen med 80-talister. Dock fanns det några skillnader mellan grupperna som presenteras nedan:

- 60-talister var försiktigare med att publicera bilder på andra människor och lägger inte ut bilder som de själva inte skulle vilja hamna på. De har en större respekt för sina medmänniskor och litar samtidigt mer på att andra inte kränker eller behandlar de illa. En del 80-talister däremot finner ett nöje med att djävlas med sina vänner på Facebook genom att publicera bilder som de tycker är roliga men själva inte vill hamna på.
- 80-talister exponerar sig mer via bilder till exempel på grund av att det kommit smartphones och liknande vilka förenklar snabb bildpublicering. 60-talisterna publicerar inte till exempel dumma festbilder då de troligtvis använder en vanlig digitalkamera och då det är dags för att publicera bilderna är nyktra och vet vilka bilder som är lämpliga och vilka inte.
- 80-talisterna har olika åsikter inom sin grupp med klara attityder åt olika håll, 60-talisternas attityd är som gråskalan mellan dessa.

Den gemensamma attityden för båda åldersgrupperna däremot var att de båda anser att den offentliga exponeringen på Facebook tillhör dagens samhälle, många vill det och det är så det fungerar. Vi ska exponera oss på något sätt och visa vilka vi är och vad vi gör till vardags. Bilder som publiceras ska visa att vi är sociala varelser och inte framställa oss i dålig dager till exempel genom att vi är fula eller berusade. I dagsläget går det att på många sätt att ta reda på vem du är, vad du gör och var du bor dock ska vi vara försiktiga med att exponera vårt privata i det offentliga, det ska vara klara gränser mellan dessa två grupper.

Slutsatsen är med andra ord att attityden är mer eller mindre densamma för de olika åldersgrupperna med skillnaden att 80-talister är bättre på och har lättare med att exponera sig själva samtidigt som 60-talisterna med sin livserfarenhet och mognad är mer eftertänksamma i hur de exponerar sig.

6.2. Rekommendationer för fortsatt arbete

Framtida arbeten som baserar på detta arbete skulle kunna undersöka ifall det är någon skillnad om det väljs andra åldersgrupper, till exempel 50-talister och 90-talister eller liknande, då vårt åldersspann kanske varit för litet. Eftersom det var så många olika attitydskillnader inom 80-talistgruppen vore det intressant att undersöka varför de olika 80-talisterna tycker så pass olika som de gör. Sedan skulle det även kunna utredas om det är någon skillnad mellan de olika sociala medier som finns, till exempel Twitter och YouTube. Under vår undersökning upptäcktes att många av 60- och 80-talisterna inte vet vilka rättigheter de har då de befinner sig på Internet, därför vore det intressant att undersöka om svenska lagen bör omarbetas och anpassas efter dagens samhälle.

Om detta arbete ska utarbetas skulle enkäten behövas förbättras på den position där personen skulle förflytta sig mellan olika frågor beroende på vad den svarat innan (fråga 2.1, 2.2, 3 och 4) och så borde den spridas till en större grupp, framförallt bland 60-talisterna.

Fokusgrupperna borde innehålla personer som har lite mer blandad bakgrund och som inte är så pass nära som en kompis kompis eller dylikt. Det borde även vara fler fokusgrupper i varje åldersgrupp för att få en bättre uppfattning om vilka olika attityder som finns i varje åldersgrupp.

7. Referenser

Anderson, C., 2006. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. USA: Hyperion Books

Boyd, D. M., & Ellison, N. B., 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. I *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Brogan, C., 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. USA: John Wiley & Sons Ltd

CheckFacebook.com, 2011. Användarstatistik på Facebook [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.checkfacebook.com>> [Hämtat 11 april 2011]

Datainspektionen, 2011a. Vilka regler gäller för publicering av personuppgifter på sociala nätverkssajter i Sverige? [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.datainspektionen.se/sv/fragor-och-svar/sociala-natverk-pa-webben/vilka-regler-galler-for-publicering-av-personuppgifter-pa-sociala-natverkssajter-i-sverige1/>> [Hämtat 25 mars 2011]

Datainspektionen, 2011b. Strukturerat eller ostrukturerat? [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/strukturerat-eller-ostrukturerat/>> [Hämtat 25 mars 2011]

Datainspektionen, 2011c. Vad menas med en kränkning av den personliga integriteten? [webbsida] Tillgängligt på: <<http://www.datainspektionen.se/fragor-och-svar/strukturerat-eller-ostrukturerat/vad-menas-med-en-krankning-av-den-personliga-integriteten1/>> [Hämtat 25 mars 2011]

Datainspektionen, 2011d. Ordlista [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.datainspektionen.se/ordlista/>> [Hämtat 9 mars 2011]

Facebook, 2011a. Facebooks vision [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.facebook.com/facebook#!/facebook?sk=info>> [Hämtat 9 mars 2011]

Facebook, 2011b. Användarvillkor [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>> [Hämtat 25 mars 2011]

Gripsrud J., 2002. *Mediekultur mediesamhälle*. Sverige: Bokförlaget Daidalos

Grimmelmann, J., 2009. Saving Facebook. I *Iowa Law Review* 94 (2009): 1137-1206.

Kaplan A.M., Haenlein, M, 2010, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, s. 59-68.

Lazar, J., Feng, J. H., Hochheiser, H., 2010. *Research methods in human-computer interaction*. Glasgow: Bell & Bain

Morgan DL, 1992a. Designing focus groups research. I *Tools for Primary Care Research*, ed. M Stewart, et al., s. 177-93. Thousand Oaks, CA: Sage

Qualman, E., 2011. *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. USA: John Wiley & Sons Ltd

Robson, C., 2002. *Real World Research*. Malden, MA: Blackwell Publishing

Statistiska centralbyrån, 2008a. Befolkningsstatistik [webbsida] Tillgängligt på:
<http://www.scb.se/Pages/Product_25785.aspx> [Hämtat 11 april 2011]

Statistiska centralbyrån, 2008b. Hur ofta personer i åldern 16-74 år använder Internet efter kön och ålder. År 2003-2010 [webbsida] Tillgängligt på:
<<http://www.ssd.scb.se/databaser/makro/Visavar.asp?yp=tansss&xu=C9233001&huvudtabell=LE0108T03&deltabell=03&deltabellnamn=1%2E+Hur+ofta+personer+i+%E5ldern+16%2D74+%E5r+anv%E4nder+Internet+efter+k%F6n+och+%E5lder%2E+%C5r&omradekod=LE&omradetext=Levnadsf%F6rh%E5llanden&preskat=O&innehall=Datoranv1&starttid=2003&stopptid=2010&Prodid=LE0108&fromSok=&Fromwhere=S&lang=1&langdb=1>> [Hämtat 11 april 2011]

Sveriges Rikes Lag 2008 (blå lagboken), 2008. Sverige: Norstedts Juridik

XKCD, 2011. Map of online communities 2010 [bild] Tillgängligt på:
<<http://xkcd.com/802/>> [Hämtat 2 maj 2011]

8. Bilagor

8.1. Enkät

Publik exponering på Facebook

Som kandidatexamensjobb skall vi göra en undersökning om den eventuella attitydskillnaden mellan äldre och yngre över att bli publikt exponerade på Internet utan deras vetskap och/eller godkännande. Till en första grund till denna undersökning har vi satt ihop en enkät som vi önskar ni kan ta er tid att svara på, och berätta vart just er gräns går. Enkäten är helt och hållet anonym och tar inte mer än ett par minuter.

Denna enkät skall endast besvaras av facebookanvändare som är födda på 60- eller 80-talet.

Tack på förhand;

Arvid och Robin

* Required

Kön *

- Man
- Kvinna
- Annat

Ålder *

- 60-talist
- 80-talist

Bor *

- Stockholm
- Annan större stad
- Mindre stad
- Liten ort

Hur ofta är du inne på Facebook? *

- Dagligen
- Minst 1 gång i veckan

- Minst 1 gång i månaden
- Nästan aldrig

Hur ofta har du tillgång till Internet? *

- Dagligen
- Minst 1 gång i veckan
- Minst 1 gång i månaden
- Nästan aldrig

Fråga 1

Har du lagt ut bilder på dig själv på Facebook?

*

- Ja
- Nej

Fråga 2

Har du lagt ut bilder på andra människor på Facebook?

*

- Ja
- Nej

Om ja på Fråga 2

Svara på nedanstående två frågor och fortsätt sedan

Fråga 2.1 [Om ja på fråga 2]

Har du frågat personen om det är okej att du skall lägga ut bilden på denna?

- Ja
- Nej

Fråga 2.2 [Om ja på fråga 2]

Har personer, som du lagt ut bilder på, senare bett dig att ta bort dessa från Facebook?

- Alltid
- Ofta
- Ibland
- Aldrig

Om ja på Fråga 1 eller Fråga 2

Svara på nedanstående två frågor och fortsätt sedan

Fråga 3

Varför lägger du ut bilder på Facebook?

- Roligt
- Alla gör det
- Other:

Fråga 4

Vilka slags bilder har du lagt ut?

- Familjen
- Hobby
- Vardag
- Fest
- Other:

Fråga 5

Har du känt dig kränkt på Facebook?

*

- Ja
- Nej

Om ja, kommentera gärna på vilket sätt



Fråga 6

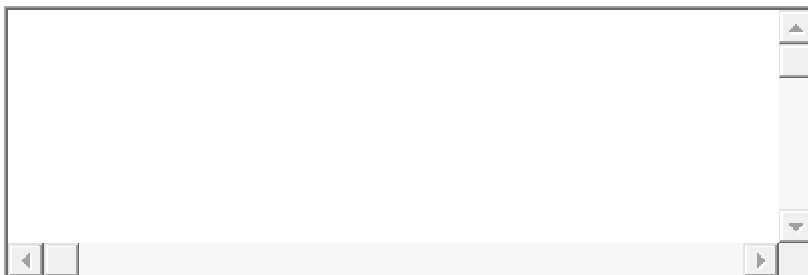
Vad är din åsikt om att andra människor kan lägga ut information om dig utan din vetskap på Facebook?

I form av:

A. Bilder *

- OK
- Inte OK
- Ingen åsikt

Kommentera gärna varför



B. Video *

- OK
- Inte OK
- Ingen åsikt

Kommentera gärna varför

An empty rectangular text input field with a light gray border. It features a vertical scrollbar on the right side and a horizontal scrollbar at the bottom, both with standard arrow and track icons.

C. Text *

- OK
- Inte OK
- Ingen åsikt

Kommentera gärna varför

An empty rectangular text input field with a light gray border. It features a vertical scrollbar on the right side and a horizontal scrollbar at the bottom, both with standard arrow and track icons.

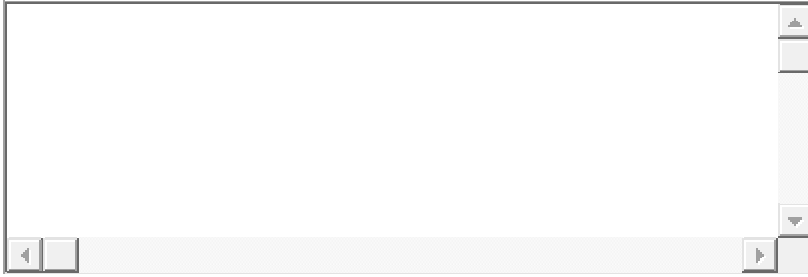
Fråga 7

Vad är din åsikt om att andra människor kan lägga ut bilder på dig utan ditt godkännande på Facebook?

*

- OK
- Inte OK
- Ingen åsikt

Kommentera gärna varför



Fråga 8

Nedan beskrivs 4 stycken olika bildexempel. Kryssa i på skalan nedanför varje bild vad du skulle tycka var okej att andra lägger upp på Facebook om det var du på bilderna

Bild 1 *

Bild på dig i bikini eller badshorts

1 2 3 4 5

Inte OK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OK
---------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----

Bild 2 *

Bild på dig som berusad

1 2 3 4 5

Inte OK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OK
---------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----

Bild 3 *

Vardagsbild på dig

1 2 3 4 5

Inte OK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OK
---------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----

Bild 4 *

Bild där man ser din adress

1 2 3 4 5

Inte OK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	OK
---------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----

Fråga 9

Önska du godkänna alla bilder som "taggas" på dig innan bilden läggs ut publikt på Facebook?

*

- Ja
- Nej

Fråga 10

Vems ansvar är det enligt dig att ingen känner sig kränkt genom publik exponering på Facebook?

*

- Användaren
- Facebook
- Staten
- Other:

8.2. Fokusgruppsfrågor

Fokusgruppsfrågor

– Introduktion

1. Vad tycker ni om möjligheterna till att bli offentligt exponerad på Facebook?

- Hur hade ni tänkt för fem/tio år sedan?
- Hur kommer det sig att ni tänker annorlunda nu?
- Vilka exponerar sig mer, 60- eller 80-talister?
- Hur exponerar dessa sig mer?
- Varför exponerar dessa sig mer?

2. Har andra personer lagt ut bilder på er på Facebook?

- Vad tycker ni om att andra personer gör det?
 - Utan ert godkännande
 - Utan er vetskap
- Har ni bett andra att ta bort bilder som de lagt ut på er?
- Har personen tagit bort bilderna?
- Om en person lägger ut bilder på er som du vill att den ska ta bort men personen gör det inte, hur gör ni för att försöka ta bort dessa bilder?
- Vilka rättigheter har ni på nätet, när det gäller personuppgiftspublicering?
- Vad tycker ni om era rättigheter?

3. Har ni lagt ut bilder på er själva på Facebook?

- Vem kan se dina bilder?
- Om ni har bilder, som ni inte vill att en viss person ska se, som ni lägger ut på Facebook, hur gör ni för att undvika att den specifika personen får syn på bilden?
 - Ett exempel är en person som inte vill att ens före detta partner

ska se en bild med personen och ny partnern.

- Vilka rättigheter har ni när ni själva lägger ut en bild på Facebook och inte vill att den ska delas?

4. Bilder

- Bad
- Fest
- Vardag
- Adress

- Var går er gräns?

- Vad tycker er framtida arbetsgivare?

- Finns det bilder i ovanstående kategorier som är okej?

- Finns det bilder i ovanstående kategorier som inte är okej?

- Är ni rädda för att publicera bild "x"?

- Är det pinsamt att publicera bild "x"?

- Är det för privat att publicera bild "x"?

- Finns det någon annan anledning till varför du inte vill publicera bild "x"?

8.3. Fokusgruppsbilder

Bild: Bad



Denna bild ska föreställa en bild där personen var lättklädd vid till exempel stranden. Det ställdes även frågor som om det gör någon skillnad ifall personer skulle ha badkläder eller underkläder.

Bild: Fest



Denna bild ska föreställa en vanlig festbild där personen blivit berusad.

Bild: Vardag



Denna bild ska förstålla en helt vardagsbild.

Bild: Adress



Denna bild ska föreställa en bild där både personen samt huset och adressen ska synas tydligt för att kunna göra offentligt för utomstående personer var personen ifråga bor. Detta skulle kunna göra det enklare för till exempel tjuvar och därför ställdes frågor om hur personerna ställer sig till detta.

